

**ANALISIS PROBLEMATIKA PENGEMBANGAN POTENSI
PARIWISATA HALAL KOTA PEMATANGSIANTAR SEBAGAI
PENYANGGA DESTINASI PRIORITAS DANAU TOBA**

DISERTASI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Doktor
Ekonomi Islam Pada Program Doktor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Disusun Oleh:

OLEH : HEFRIANSYAH

NIM : 4005163024



**PROGRAM DOKTOR EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hefriansyah

Nim : 4005163024

Tempat/Tgl Lahir : 04 September 1973

Pekerjaan : Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Alamat : Jl. M. H. Sitorus no. 18 Pematangsiantar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi yang berjudul **“ANALISIS PROBLEMATIKA PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA HALAL KOTA PEMATANGSIANTAR SEBAGAI PENYANGGA DESTINASI PRIORITAS DANAU TOBA”** adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka kesalahan dan kekeliruan itu menjadi tanggungjawab saya.

Demikian Surat Pernyataan Ini Saya Perbuat Dengan Sesungguhnya

Medan, Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan

The image shows a handwritten signature in black ink over a green and yellow revenue stamp. The stamp is labeled 'METERAI TEMPEL' and '4000' with the text 'RUPIAH' below it. A serial number 'GG638AHF294229081' is visible on the stamp.

HEFRIANSYAH

NIM : 4005163024

PERSETUJUAN

Disertasi Berjudul

ANALISIS PROBLEMATIKA PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA HALAL KOTA PEMATANGSIANTAR SEBAGAI PENYANGGA DESTINASI PRIORITAS DANAU TOBA

Oleh :

HEFRIANSYAH

NIM : 4005163024


Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan untuk
memperoleh gelar Doktor pada Program Studi Ekonomi Syariah
Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan

Medan, Juli 2020



Prof. Dr. Asmuni, M.Ag
Nidn. 202008540004

Promotor



Dr. Muslim Mapaung, M.Si
NIDN. 0026066411

LEMBAR PENGESAHAN

Disertasi berjudul “ANALISIS PROBLEMATIKA PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA HALAL KOTA PEMATANGSIANTAR SEBAGAI PENYANGGA DESTINASI PRIORITAS DANAU TOBA” atas nama Hefriansyah, NIM. 4005163024. Program Studi Ekonomi Syariah telah di uji dalam sidang Ujian Akhir Disertasi (Promosi Doktor) Program Pascasarjana UIN-SU Medan pada tanggal 20 Mei 2020. Disertasi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Doktor (Dr.) pada Program Ekonomi Syariah.

Medan, Juli 2020

Panitia Sidang Ujian Akhir Disertasi (Promosi Doktor)
Program Pascasarjana UIN-SU Medan

Ketua



Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602

Sekretaris,



DR. Muhammad Yafiz, MA
Nidn. 2023047602

Anggota

1. **Prof. Dr. Asmuni, M.Ag**
Nidn. 202008540004



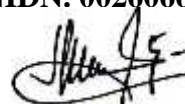
2. **Dr. Muslim Marpaung, M.Si**
NIDN. 0026066411



3. **Dr. Sudirman Suparmin Lc. MA**
Nidn. 2001077803



4. **Dr. Sri Dudiarti, MS**
NIDN. 2012115903



5. **Dr. Hendri Tanjung**
Nidn. 0430057101



Mengetahui
Dekan FEBI UIN-SU



Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

- 1. Nama : Hefriansyah**
- 2. Nim : 4005163024**
- 3. Tempat/Tgl.Lahir : Pematangsiantar, 4 September 1973**
- 4. Pekerjaan : Walikota Pematangsiantar**
- 5. Alamat : Jl. M. H. Sitorus no. 18 Pematangsiantar**

II. JENJANG PENDIDIKAN

- 1. SDN 124407 Pematangsiantar Ijazah Tahun 1986**
- 2. SMPN 7 Pematangsiantar Ijazah Tahun 1989**
- 3. SMAN 4 Pematangsiantar Ijazah Tahun 1992**
- 4. Fakultas Ekonomi (S1) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan Ijazah Tahun 1997**
- 5. Fakultas Ekonomi (S2) Universitas Islam Sumatera Utara Medan Ijazah Tahun 2012**
- 6. Program S-3 Ekonomi Syariah Pada Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Dari Tahun 2016 – 2020.**

III. RIWAYAT PEKERJAAN

- 1. Tahun 1998-2001 : Pegawai swasta**
- 2. Tahun 2002-2003 : Guru computer di Pesantren Al Kautsar, Panei Tongah Simalungun**
- 3. Tahun 2003-2014 : Direktur UD. Seri Alam**
- 4. Tahun 2003-2014 : Direktur CV. Khadi Jaya Engineering**
- 5. Tahun 2014-2019 : Dosen tetap di STIEMA (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Asahan) Kisaran**

- 6. Tahun 2020-sekarang : Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara –
Medan.**
- 7. Tahun 2017-2022 : Walikota Pematangsiantar**

Medan, Juli 2020

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop on the left and a series of smaller loops and strokes extending to the right.

**Hefriansyah
Nim. 4005163024**

ABSTRAK



***Analisis Problematika Pengembangan
Potensi Pariwisata Halal Kota Pematangsiantar
Sebagai Penyangga Destinasi Prioritas Danau Toba***

Hefriansyah

Penelitian ini mencoba untuk mengurai permasalahan, solusi berikut dengan strategi pengembangan potensi pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas Danau Toba. Hal ini dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan guna meningkatkan pendapatan asli daerah, karena potensi wisata halal yang besar memiliki dampak terhadap perekonomian daerah terutama bagi pemerintah kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi Danau Toba. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui *indepth interview* (wawancara mendalam) dan *focus group discussion* (FGD) ke sejumlah pakar pariwisata halal di kota Pematangsiantar. Metode analisis yang digunakan adalah metode *Analytic Network Process* (ANP) yang bersifat non parametric dan non Bayesian. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa strategi pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang paling prioritas adalah pengembangan ekosistem, lalu diikuti oleh penerapan destinasi pariwisata berkelanjutan, pengembangan aksesibilitas dan konektivitas, pengembangan investasi pariwisata, pengembangan amenitas, strategi dan pengembangan atraksi. Untuk memajukan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas Danau Toba tidak hanya menjadi tugas utama bagi stakeholder yaitu pemerintah maupun para pengusaha dan akademisi namun masyarakat kota Pematangsiantar dapat berkontribusi dan berperan langsung dalam mewujudkan pariwisata halal di kota Pematangsiantar. Seperti menyediakan fasilitas penunjang, mengawasi pelaksanaan wisata halal, dan menyampaikan informasi dan memberikan masukan kepada pemerintah daerah terkait dengan penyelenggaraan wisata halal.

Kata Kunci : Pariwisata Halal, Analytic Network Process, Pematangsiantar, Destinasi Wisata, Strategi Wisata Halal

ABSTRACT



Problematic Analysis of the Development of Halal Tourism Potentials in Pematangsiantar City as a buffer to Lake Toba's Priority Destinations

Hefriansyah

This research tries to parse the problem, the following solution with the strategy of developing the tourism potential of the city of Pematangsiantar as a buffer of Lake Toba's priority destinations. This is in order to increase tourist arrivals in order to increase local revenue, because of the large halal tourism potential that has an impact on the regional economy, especially for the Pematangsiantar city government as a buffer of Lake Toba destinations. This research is a research with qualitative and quantitative approaches through in-depth interviews (in-depth interviews) and *focus group discussions* (FGD) to a number of halal tourism experts in the city of Pematangsiantar. The analytical method used is the *Analytic Network Process* (ANP) method which is non parametric and non-Bayesian. The results of this study conclude that the development strategy of the Pemalsiantar city of halal tourism as a buffer of Lake Toba priority tourism destinations the most priority is the development of ecosystem, then followed by the adoption of sustainable tourism destinations, development of accessibility and connectivity, tourism investment development, development of amenities, strategy and attraction development. To advance the Pematangsiantar city's halal tourism as a buffer destination for Lake Toba priority, it is not only a main task for stakeholders, namely the government or business people and academics, but the people of Pematangsiantar city can contribute and play a direct role in realizing halal tourism in the Pematangsiantar city. Like providing supporting facilities, supervise the implementation of halal tourism, and convey information and provide input to local governments related to the implementation of halal tourism.

Keywords: Halal Tourism, Analytic Network Process, Pematangsiantar, Tourist Destinations, Halal Tourism Strategies



مشكلات تطوير السياحة الشرعية بمدينة بماتنج سيانتر
وتحليلها تقوية أولية لبحيرة طوبا

حفيان شاه

حاول البحث لتوضيح المسائل السياحية الشرعية بمدينة بماتنج سيانتر ت أولية لبحيرة طوبا وحلها مع استراتيجية تطويرها . وهذه الإستراتيجية تؤدي إلى تزايد الزائرين السياحيين ويترتب على تزايد الدخل الأساسي للولاية نفسها على أنها تقوية أولية لبحيرة طوبا . تُعرف بأن السياحة الشرعية لها تأثيرات كبيرة على حركة الإقتصاد لمدينة بماتنج سيانتر . ويكون البحث بدراسة المكتبية والتصويرية عن طريق الحوارات التفصيلية والنقاش المركز للمجموعة مع بعض المتخصصين والمفكرين فيها بمدينة بماتنج سيانتر . تُستخدم الطريقة لتحليل هذه المشك هي طريقة الشبكة التحليلية بصفتها غير بارامترك وغير باييسان . ما ينتج من هذا البحث أن إستراتيجية تطوير السياحة الشرعية بمدينة بماتنج سيانتر تقوية أولية لبحيرة طوبا هي تطوير المنطقة والبيئة ثم تطبيقها المستمر ، و تطوير العلاقة والاتصالات ، وتطوير استثمار السياحة وتطوير الأمن والحركات. تطور السياحة الشرعية لمدينة بماتنج سيانتر ليس على مسؤولية المتخصصين فيها والإقتصاديين والأكاديمية فحسب بل لا بد من مساهمة المجتمع مباشرة بتحقيق السياحة الشرعية بمدينة بماتنج سيانتر ، كإعداد الإمكانيات والمراقبة عليها وإعلان المعلومات والإقتراحات للولاية التي فيها تطوير السياحة الشرعية .

الكلمات المرشدة : السياحة الشرعية، طريقة الشبكة التحليلية، بماتنج سيانتر، إستراتيجية السياحة الشرعية

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah wa syukurillah. Salawat dan keselamatan buat Rasulullah saw dan ummatnya .Semoga di yaumul akhir kita memperoleh safaat baginda Rasul saw, aamiin ya Robbal ‘alamiin.

Atas rahmat dan hidayah dari Allah swt, penulis dapat menyelesaikan disertasi guna melengkapi tugas untuk memperoleh gelar Doktor pada program Studi Ekonomi Syariah Strata 3 (S-3) Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) dengan judul :

ANALISIS PROBLEMATIK PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA HALAL KOTA PEMATANGSIANTAR SEBAGAI PENYANGGA DESTINASI PRIORITAS DANAU TOBA

Dalam mempersiapkan Disertasi ini, penulis telah memperoleh banyak bantuan dan motivasi baik moril maupun materil serta pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dengan tulus dan ikhlas kepada :

1. Bapak Edy Rahmayadi (Gubernur Sumatera Utara) yang banyak memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan disertasi ini.
2. Bapak Musa Rajekshah (Wakil Gubernur Sumatera Utara) yang telah banyak memberikan sumbang saran dan pemikiran untuk penulis.
3. Rekan-rekan Bupati dan Walikota yang selama ini sudah memberikan dorongan semangat agar penulis dapat segera menyelesaikan disertasi ini.
4. Bapak Prof. Dr Saidurrahman, M.Ag , selaku Rektor UIN Sumatera Utara
5. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara
6. Ibu Dr. Sri Sudiarti, MA selaku ketua program studi ekonomi syariah strata 3 (S-3) , Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
7. Bapak Prof. Dr. Asmuni, M.Ag selaku promotor dan Bapak Dr. Muslim Marpaung, MSi selaku co-promotor. Beliau berdua dengan kepakaran yang

melekat telah meluangkan waktu dan memberikan kontribusi bagi terwujudnya disertasi ini. Melalui beliau berdua dengan kesabaran, perhatian dan keikhlasannya telah memberikan dorongan, koreksi dan saran. Penulis benar-benar merasakan melalui beliau berdua telah membuka cakrawala / pandangan, mendorong munculnya gagasan dan ide-ide. Penulis menghaturkan penghormatan dan penghargaan yang setinggi-tingginya serta mengucapkan terima kasih dengan iringan doa “semoga amal baik beliau berdua diterima dan mendapat balasan dari Allah Swt”.

8. Bapak Dr. Sudirman Suparmin Lc. MA dan bapak Dr. Hendri Tanjung selaku penguji yang juga sangat banyak memberikan arahan, bimbingan dan motivasi serta pemikiran hingga disertasi ini terselesaikan.
9. Bapak Januri, SE, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Serta Segenap Civitas Akademi Yang Turut Berpartisipasi Atas Penulisan Disertasi ini.
10. Bapak Amirul Syah selaku sahabat selalu seiring sejalan dalam proses menyelesaikan Disertasi ini.
11. Rekan-rekan seangkatan ekonomi syariah tahun 2016 UINSU terimakasih atas doa kita semua.
12. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu memberikan restu dan do'a yang tulus kepada Ananda sehingga dapat menyelesaikan disertasi ini.
13. Ayahanda mertua dan ibunda mertua penulis yang senantiasa memberikan nasehat dan dorongan doa kepada penulis.
14. Semua pihak yang membantu penyusunan Disertasi ini yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.

Khusus ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orangtua penulis : H. SYAHRIL NUR dan HJ.NUR BAHARIAH SRG yang mengasihi dan menyayangi dengan tulus ikhlas. Semoga Allah swt mengampunkan Dosa kedua orangtua penulis, meningkatkan iman dan taqwa serta amal dan ibadah dan semoga Allah Swt selalu mengasihi dan menyayangi kedua orangtua penulis, Aamiin ya Robbal 'alamiin.

Khusus ucapan terimakasih penulis buat keluarga penulis : Syahputri Hefriansyah S.HI (istri), Ahliza Alifia Syah (anak) dan Haickal Fatihovic Syah (anak) Noer Huda Elfattah Syah (anak) Aqila Azyan Syah (anak) atas doa dan motivasi yang diberikan buat penulis.

Semoga Allah swt membalas semua kebajikan dan ketulusan kepada semua yang telah membantu dan memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Disertasi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun cara penyajian disertasi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini terutama disebabkan terbatasnya pengalaman, pengetahuan, serta waktu penulis dalam menyelesaikan disertasi ini. oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Akhirnya penulis berharap kiranya disertasi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis dan menambah khasanah pengembangan industri pariwisata Kota Pematangsiantar.

Medan, Juli 2020



Hefriansyah
Nim. 4005163024

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi Arab-Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	ba	B	Be
	ta	T	Te
	sa	£	es (dengan titik di atas)
	jim	J	Je
	ha	¥	ha (dengan titik di bawah)
	kha	Kh	ka dan ha
	dal	D	De
	zal	©	zet (dengan titik di atas)
	ra	r	Er
	zai	z	Zet
	sin	s	Es
	syim	sy	es dan ye
	sad	j	es (dengan titik di bawah)
	dad	«	de (dengan titik di bawah)
	ta	-	te (dengan titik di bawah)

	za	§	zet (dengan titik di bawah)
	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
	gain	G	Ge
	fa	F	Ef
	qaf	q	Ki
	kaf	k	Ka
	lam	l	El
	mim	m	Em
	nun	n	En
	wau	w	We
	ha	h	Ha
	hamzah	‘	Apostrop
	ya	y	Ye

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda Syad|d|ah, ditulis lengkap

أحمدية = di tulis *Ahmadiyyah*

C. T ‘ marb ah

Di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia.

= di tulis Jama’ah

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t

مة = ditulis ni‘matull h

زكاة الفطر = ditulis zak tul-fitri

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, kasrah ditulis i, dan dammah ditulis u

Vokal Pendek dan Penerapannya

---- ---	Fat ah	ditulis	<i>A</i>
---- ---	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
---- ---	ammah	ditulis	<i>u</i>

يَذْهَبُ	Fat ah	ditulis	<i>fa'ala</i>
	Kasrah	ditulis	<i>ukira</i>
	ammah	ditulis	<i>ya habu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>j hiliyyah</i>
جاهليّة	ditulis	
	ditulis	
2. fathah + ya' mati	ditulis	<i>tans</i>
	ditulis	
	ditulis	
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>kar m</i>

<p>كريم</p> <p>4. Dammah + wawu mati</p>	<p>ditulis</p> <p>ditulis</p>	<p><i>fur</i></p>
--	-------------------------------	-------------------

F. Vokal Rangkap

<p>1. fathah + ya' mati</p> <p>بينكم</p> <p>2. fathah + wawu mati</p>	<p>ditulis</p> <p>ditulis</p> <p>ditulis</p> <p>ditulis</p>	<p><i>ai</i></p> <p><i>bainakum</i></p> <p><i>au</i></p> <p><i>qaul</i></p>
---	---	---

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

	ditulis	<i>A'antum</i>
	ditulis	<i>U'iddat</i>
	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القياس	ditulis	<i>Al-Qur' n</i>
	ditulis	<i>Al-Qiy s</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

	ditulis	<i>As-Sam '</i>
	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض	ditulis	<i>awi al-fur</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

J. Singkatan

as	= 'alaih as-sal±m
h.	= halaman
H.	= tahun Hijriyah
M.	= tahun Masehi

QS.	= qur'an surat
ra.	= radia Allah anhu
Saw.	= Şalla Allah 'alaih wa sallam
Swt.	= subhana Allah wa ta'ala
t.th	= tanpa tahun

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN

ABSTRAKSI

KATA PENGANTAR

TRANSLITERASI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	19
C. Batasan Istilah.....	19
D. Tujuan Penelitian	20
E. Kegunaan Penelitian	21
BAB II LANDASAN TEORI.....	23
A. Teori Pariwisata	23
B. Wisata dalam konteks Alquran dan Sunnah.....	28
C. Anjuran Alquran Sunnah dalam berwisata.....	38
D. Pengertian Pariwisata Halal	42
E. Perbedaan Pariwisata Halal dengan Pariwisata Lainnya	52
F. Potensi Wisata.....	59
G. Accessibility (Aksesibilitas)	60
H. Communication / Komunikasi	74
I. Environment / Lingkungan Hidup	88
J. Services / Pelayanan	105
K. Destinasi Pariwisata Prioritas	114
L. Strategi Pengembangan Pariwisata	118
M. Strategi Pengembangan Pariwisata dengan ASES Model	123
N. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata	124
O. Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat melalui Industri Pariwisata.....	125

P. Pariwisata dalam Maqashid Syariah	126
Q. Kajian Terdahulu	131
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	148
A. Lokasi Jenis dan Prosedur Penelitian.....	148
1. Lokasi Penelitian	148
2. Jenis Penelitian	148
3. Prosedur Penelitian	148
B. Konstruksi Model Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Kota Pematangsiantar.....	150
C. Data dan Sumber Data.....	157
D. Metode Pengumpulan Data.....	158
E. Tahapan Pengolahan Data.....	159
F. Metode Pendekatan dan Analisis.....	160
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	186
A. Kota Pematang Siantar.....	186
B. Jaringan ANP.....	198
C. Hasil ANP	203
D. Nilai Inkonsistensi	264
E. Analisis Hasil	269
F. Implikasi Kebijakan.....	278
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	290
A. Kesimpulan	290
B. Rekomendasi	292
C. Keterbatasan Penelitian	294
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 : Tingkat hunian hotel	16
Tabel 2. 1 : Perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata lainnya.....	52
Tabel 2. 2 : Aces model	123
Tabel 3. 1: Daftar responden.....	157
Tabel 3. 2 : Perbandingan skala verbal dan skala numerikal	165
Tabel 3. 3 : Peyederhanaan kuisisioner Pairwise Comparison Elemen tujuan "strategi pengembangan wisata halal di kota Pematangsiantar" dengan cluster "Masalah"	184
Tabel 4. 1 : Demografi kota Pematangsiantar.....	188
Tabel 4. 2: Nilai prioritas masalah sebelum di transformasi.....	206
Tabel 4. 3: Nilai prioritas masalah sesudah di transformasi	206
Tabel 4. 4 : Nilai prioritas masalah setelah di ranking.....	207
Tabel 4. 5: Nilai prioritas masalah access sebelum di transformasi.....	210
Tabel 4. 6: Nilai prioritas masalah acces sesudah di transformasi.....	210
Tabel 4. 7: Nilai prioritas masalah acces setelah di ranking	211
Tabel 4. 8: Nilai prioritas masalah communication sebelum di transformasi.....	214
Tabel 4. 9: Nilai prioritas masalah communication sesudah di transformasi.....	214
Tabel 4. 10: Nilai prioritas masalah communication setelah di ranking	215
Tabel 4. 11: Nilai prioritas masalah environment sebelum di transformasi.....	218
Tabel 4. 12: Nilai prioritas masalah environment sesudah di transformasi	218
Tabel 4. 13: Nilai prioritas masalah environment setelah di ranking.....	219
Tabel 4. 14: Nilai prioritas masalah service sebelum di transformasi	222
Tabel 4. 15: Nilai prioritas masalah service sesudah di transformasi	222
Tabel 4. 16: Nilai prioritas masalah service setelah di ranking	223
Tabel 4. 17: Nilai prioritas aspek sebelum di transformasi.....	225
Tabel 4. 18: Nilai prioritas aspek sesudah di transformasi	226
Tabel 4. 19: Nilai prioritas aspek setelah di ranking.....	226
Tabel 4. 20: Nilai prioritas aspek access sebelum di transformasi	229
Tabel 4. 21: Nilai prioritas aspek access sesudah di transformasi	229
Tabel 4. 22: Nilai prioritas aspek access setelah di ranking.....	230
Tabel 4. 23: Nilai prioritas aspek communication sebelum di transformasi.....	233
Tabel 4. 24: Nilai prioritas aspek communication sesudah di transformasi.....	233
Tabel 4. 25: Nilai prioritas aspek communication setelah di ranking.....	234
Tabel 4. 26: Nilai prioritas aspek environment sebelum transformasi.....	236
Tabel 4. 27: Nilai prioritas aspek environment sesudah di transformasi	237
Tabel 4. 28: Nilai prioritas aspek environment setelah di ranking.....	237
Tabel 4. 29: Nilai prioritas aspek service sebelum di transformasi	240
Tabel 4. 30: Nilai prioritas aspek service sesudah di transformasi	240
Tabel 4. 31: Nilai prioritas aspek service setelah di ranking	241
Tabel 4. 32: Nilai prioritas solusi sebelum di transformasi	243

Tabel 4. 33: Nilai prioritas solusi sesudah di transformasi	244
Tabel 4. 34: Nilai prioritas solusi setelah di ranking	244
Tabel 4. 35: Nilai prioritas solusi access sebelum di transformasi	247
Tabel 4. 36: Nilai prioritas solusi access sesudah di transformasi	248
Tabel 4. 37: Nilai priritas solusi access setelah di ranking	248
Tabel 4. 38: Nilai prioritas solusi communication sebelum di transformasi solusi	251
Tabel 4. 39: Nilai prioritas solusi communication sesudah di transformasi solusi	251
Tabel 4. 40: Nilai prioritas solusi communication setelah di ranking	252
Tabel 4. 41: Nilai prioritas solusi environment sebelum di transformasi	255
Tabel 4. 42: Nilai prioritas solusi environment sesudah di transformasi	255
Tabel 4. 43: Nilai prioritas solusi environment setelah di ranking	256
Tabel 4. 44: Nilai prioritas solusi service sebelum di transformasi	259
Tabel 4. 45: Nilai prioritas solusi service sesudah di transformasi	259
Tabel 4. 46: Nilai prioritas solusi service setelah di ranking	260
Tabel 4. 47: Nilai prioritas strategi sebelum di transformasi	263
Tabel 4. 48: Nilai prioritas strategi sesudah di transformasi	263
Tabel 4. 49: Nilai prioritas strategi setelah di ranking	264
Tabel 4. 50: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster tujuan dan masalah ke cluster masalah, sub masalah, dan aspek	265
Tabel 4. 51: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster aspek ke cluster sub aspek dan solusi	266
Tabel 4. 52: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster solusi ke cluster masalah, aspek, sub solusi, dan strategi	267
Tabel 4. 53: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster strategi ke cluster masalah, aspek, dan solusi	268
Tabel 4. 54: Prioritas dan Rater Agreement ANP	269

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 : Hubungan kepentingan kebutuhan dasar.....	128
Gambar 3. 1: Prosedur penelitian.....	149
Gambar 3. 2 : Konstruksi model.....	151
Gambar 3. 3 : Konstruksi Model awal kerangka konseptual penelitian	157
Gambar 3. 4 : Tahapan penelitian	166
Gambar 3. 5 : Fase konstruksi model ANP.....	167
Gambar 3. 6 : Model penelitian revisi setelah dilakukan wawancara mendalam	171
Gambar 3. 7 : Model ANP pada software superdecision	171
Gambar 3. 8 : Hubungan elemen "strategi pengembangan wisata halal kota Pematangsiantar" dengan cluster "Masalah".....	173
Gambar 3. 9 : Hubungan elemen "Masalah akses" dengan cluster "Masalah akses" dan cluster "Aspek"	173
Gambar 3. 10 : Hubungan elemen "Masalah komunikasi" dengan cluster "Masalah komunikasi" dan cluster "Aspek"	174
Gambar 3. 11 : Hubungan elemen "Masalah lingkungan" dengan cluster "Masalah lingkungan" dan cluster "Aspek"	174
Gambar 3. 12 : Hubungan elemen "Masalah pelayanan" dengan cluster "Masalah pelayanan" dan cluster "Aspek".....	175
Gambar 3. 13 : Hubungan elemen "Aspek akses" dengan cluster "Aspek Akses" dan cluster "Solusi"	175
Gambar 3. 14 : Hubungan elemen "Aspek komunikasi" dengan cluster "Aspek komunikasi" dan cluster "Solusi".....	176
Gambar 3. 15 : Hubungan elemen "Aspek lingkungan" dengan cluster "Aspek lingkungan" dan cluster "Solusi"	176
Gambar 3. 16 : Hubungan elemen "Aspek pelayanan" dengan cluster "Aspek pelayanan" dan cluster "Solusi"	177
Gambar 3. 17 : Hubungan elemen "Solusi akses" dengan cluster "Solusi akses", cluster "Masalah", "Aspek", dan "Strategi"	177
Gambar 3. 18 : Hubungan elemen "Solusi komunikasi" dengan cluster "Solusi komunikasi", cluster "Masalah", "Aspek" dan "strategi"	178
Gambar 3. 19 : Hubungan elemen "Solusi lingkungan" dengan cluster "Solusi lingkungan", cluster "Masalah", "Aspek", dan "strategi"	179
Gambar 3. 20 : Hubungan elemen "Solusi pelayanan" dengan cluster "Solusi pelayanan", cluster "Masalah", "Aspek", dan "Strategi"	179
Gambar 3. 21 : Hubungan elemen "ekosistem" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi"	180
Gambar 3. 22 : Hubungan elemen "Investasi" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi"	180
Gambar 3. 23 : Hubungan elemen "Destinasi" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi"	181
Gambar 3. 24 : Hubungan elemen "Amenitas" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi"	181

Gambar 3. 25 : Hubungan elemen "Aksesibilitas dan konektifitas" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi".	182
Gambar 3. 26 : Hubungan elemen "Atraksi" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi".	182
Gambar 3. 27 : Kuesioner perbandingan pasangan standar untuk hubungan elemen "Strategi pengembangan wisata Halal kota Pematangsiantar" dengan cluster "Masalah"	183
 Gambar 4. 1 : Model penelitian detail yang terbentuk setelah dilakukan fase konstruksi model.	201
Gambar 4. 2 : Model penelitian yang di bentuk dengan menggunakan software superdecision.	201
Gambar 4. 3 : Hasil sintesis prioritas masalah berdasarkan nilai geometric mean	204
Gambar 4. 4 : Hasil sintesis prioritas masalah berdasarkan nilai masing masing responden	205
Gambar 4. 5 : Hasil sintesis prioritas masalah access berdasarkan nilai Geometric Mean	208
Gambar 4. 6 : Hasil Sintesis prioritas masalah Access berdasarkan nilai masing masing responden.	208
Gambar 4. 7 : Hasil sintesis prioritas masalah communication berdasarkan nilai Geometric Mean.	212
Gambar 4. 8 : Hasil sintesis prioritas masalah communication berdasarkan nilai masing masing responden.	212
Gambar 4. 9 : Hasil sintesis prioritas masalah environment berdasarkan nilai Geometric Mean.	216
Gambar 4. 10 : Hasil sintesis prioritas masalah environtment berdasarkan nilai masing masing responden.	216
Gambar 4. 11 : Hasil sintesis prioritas masalah service berdasarkan nilai Geometric Mean.	220
Gambar 4. 12 : Hasil Sintesis Prioritas masalah service berdasarkan nilai masing masing responden.	220
Gambar 4. 13 : Hasil sintesis prioritas aspek berdasarkan nilai Geometric Mean.	224
Gambar 4. 14 : Hasil sintesis prioritas aspek berdasarkan nilai masing-masing responden.	224
Gambar 4. 15 : Hasil sintesis prioritas aspek access berdasarkan nilai Geometric Mean.	227
Gambar 4. 16 : Hasil sintesis prioritas aspek access berdasarkan nilai masing-masing responden.	228
Gambar 4. 17 : Hasil sintesis prioritas aspek communication berdasarkan nilai Geometric Mean.	231
Gambar 4. 18 : Hasil sintesis prioritas aspek communication berdasarkan nilai masing-masing responden.	231
Gambar 4. 19 : Hasil sintesis prioritas aspek environment berdasarkan nilai Geometric Mean.	235

Gambar 4. 20 : Hasil sintesis prioritas aspek environment berdasarkan nilai masing-masing responden.....	235
Gambar 4. 21 : Hasil sintesis prioritas aspek service berdasarkan nilai Geometric Mean.	238
Gambar 4. 22 : Hasil sintesis prioritas aspek service berdasarkan masing-masing responden.	239
Gambar 4. 23 : Hasil sintesis prioritas solusi berdasarkan nilai Geometric Mean.....	242
Gambar 4. 24 : Hasil sintesis prioritas solusi berdasarkan nilai masing-masing responden.	242
Gambar 4. 25 : Hasil sintesis prioritas solusi access berdasarkan nilai Geometric Mean.	245
Gambar 4. 26 : Hasil sintesis prioritas solusi access berdasarkan nilai masing-masing responden.	246
Gambar 4. 27 : Hasil sintesis prioritas solusi communication berdasarkan nilai Geometric Mean	249
Gambar 4. 28 : Hasil sintesis prioritas solusi communication berdasarkan nilai masing-masing responden.....	250
Gambar 4. 29 : Hasil sintesis prioritas solusi environment berdasrakan nilai Geometric Mean.	253
Gambar 4. 30 : Hasil sintesis prioritas solusi environment berdasarkan nilai masing-masing responden.....	253
Gambar 4. 31 : Hasil sintesis prioritas solusi service berdasarkan nilai Geometric Mean.	257
Gambar 4. 32 : Hasil sintesis prioritas solusi service berdasarkan nilai masing-masing responden.	257
Gambar 4. 33 : Hasil sintesis prioritas strategi berdasarkan nilai Geometric Mean.	261
Gambar 4. 34 : Hasil sintesis prioritas strategi berdasarkan nilai masing-masing responden.	261
Gambar 4. 35 : Cluster kerangka ANP	280

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang komprehensif. Ajaran Islam meliputi setiap lini kehidupan manusia. Tidak ada satupun yang luput dari ajaran Islam. Termasuk salah satunya adalah permasalahan konsumsi. Konsumsi merupakan penggunaan barang dan jasa yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam mengatur setiap sendi kehidupan tak terkecuali hal konsumsi. Konsumsi haruslah memiliki nilai ibadah yang akan dipertanggungjawabkan di akhirat nanti. Adapun anjuran Islam mengenai konsumsi, banyak ditemukan di dalam alquran maupun hadis Rasulullah SAW.

Di antaranya adalah firman Allah yang menganjurkan manusia untuk makan makanan yang baik yang telah diberi Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah/2:168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ
إِنَّهُ
مُيَّبٍ
الْأَرْضَ حَلَالًا طَيِّبًا
خُطُوتِ الشَّيْطَانِ

Artinya : *“wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan-syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”*¹.

Jika dilihat makna ayat di atas, menyatakan bahwa setiap manusia diperintahkan untuk memakan makanan yang halal dan baik. Perintah ini tidak hanya ditujukan pada umat muslim, tetapi juga pada umat-umat lainnya di muka bumi. Hal ini menunjukkan bahwa Allah telah menciptakan bumi dan segala isinya untuk seluruh umat manusia. Apa yang tersedia di atas muka bumi, tidak semuanya menjadi boleh untuk dikonsumsi. Seperti binatang berbisa, binatang buas, binatang melata dan lain sebagainya. Selain itu, apa yang tersedia di muka bumi ini, juga dipersiapkan kepada makhluk lainnya. Dengan demikian, tidak

¹Departemen Agama, Al-Qur'an dan Tejemahnya (bandung: Penerbit Diponegoro, 2005), h. 21.

semua yang ada di bumi menjadi makanan yang halal, karena bukan semua yang diciptakan untuk dimakan manusia².

Ayat di atas menyuruh manusia untuk selalu mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik bagi dirinya. Jika tidak, manusia dapat terjerumus kepada yang membahayakannya dengan memakan sesuatu yang tidak halal atau tidak baik. Ketika seorang manusia terjerumus ke dalam hal tersebut, maka pada saat itu dia juga telah terjerumus mengikuti langkah-langkah setan. Dapat dikatakan bahwa awal suatu keburukan dapat bersumber dari konsumsi yang tidak halal atau tidak baik. Inilah langkah setan untuk menjerumuskan manusia kepada perbuatan-perbuatan yang menyalahi perintah Allah. Sehingga orang yang tenggelam dalam kejahatan tidak perduli lagi dengan apa yang dikonsumsi. Setan selalu mengharamkan dari apa dihalalkan Allah dan menghalalkan apa yang diharamkan-Nya. Karena itu keharusan untuk mengonsumsi sesuatu yang halal tidak hanya terbatas untuk muslim saja. Tapi juga untuk seluruh umat manusia. Jika seorang mengabaikannya, maka ia berpotensi untuk mengikuti langkah-langkah setan yang berujung kepada pelanggaran perintah-perintah Allah dan melakukan yang dilarang-Nya. Dengan demikian, merupakan sebuah kewajiban bagi seorang muslim untuk dapat mengkampanyekan pesan ayat di atas.

Pemahaman terhadap makna halal juga tidak terbatas dengan makanan saja, akan tetapi lebih dari itu. Tujuan tindakan konsumsi dilakukan setiap harinya untuk memperoleh kepuasan yang maksimal dan mencapai tingkat kemakmuran untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan baik pokok maupun sekunder, barang mewah atau memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani³. Tingkat konsumsi akan memberikan gambaran tingkat kemakmuran masyarakat. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat konsumsi maka akan semakin kaya, dan sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi maka akan semakin miskin. Menurut teori Keynes, bahwa konsumsi saat ini sangat dipengaruhi oleh pendapatan *disposable* saat ini. Pendapatan *disposable* adalah pendapatan yang tersisa setelah pajak. Pendapatan *disposable* yang tinggi akan menaikkan tingkat konsumsi. Pendapatan

² Shihab M. Quraish, *Tafsir Al-Misbâh*, Vol 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2005), h. 379-380.

³ Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2001), h. 49.

disposable yang tinggi akan mampu memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan tertier. Sedangkan pendapatan disposable yang rendah cenderung memilih kebutuhan primer dan sekunder saja. Pengaruh gaya hidup terkadang mempengaruhi pendapatan yang rendah untuk memenuhi kebutuhan tertiernya dengan menggunakan segala cara.

Islam mengatur bahwa mengkonsumsi haruslah memenuhi unsur halal dan baik. Mengkonsumsi makanan, minuman, obat-obatan, dan pemenuhan kebutuhan akan hiburan harus memenuhi unsur kehalalan dan kebaikan. Dalam rangka mencapai tingkat kebutuhan yang diinginkan maka masyarakat tetap harus mengikuti kaidah Islam yakni melakukan kegiatan ekonomi dan keuangan yang halal dan gaya hidup yang halal (tidak mubazir dan berlebih-lebihan). Pemenuhan kebutuhan akan hiburan salah satunya adalah dengan berwisata. Kebutuhan wisata dapat bersifat primer, sekunder ataupun sekunder, tergantung dari tingkat kebutuhan dan fasilitas yang diinginkan. Pemenuhan kebutuhan wisata ini juga harus memenuhi unsur kehalalan dan kebaikan. Jadi mengkonsumsi sesuatu yang halal dapat meliputi konsumsi makanan halal, minuman halal, obat-obatan halal, keuangan dan ekonomi yang halal, gaya hidup yang halal, dan pariwisata halal. Dengan terbebasnya seluruh aktivitas manusia dari sesuatu hal yang tidak halal, maka diharapkan manusia dapat menjadi dekat dengan perintah Allah SWT dan dapat menjauhi segala yang dilarang-Nya.

Pembahasan mengenai makanan, minuman dan obat-obatan yang halal banyak ditemukan di buku-buku teks klasik maupun kontemporer. Begitu juga dengan keuangan dan ekonomi serta gaya hidup yang halal juga telah banyak dibahas di buku-buku teks klasik maupun kontemporer. Akan tetapi, pembahasan mengenai pariwisata halal, masih jarang sekali ditemukan. Apalagi di dalam buku-buku teks klasik. Hampir tidak ditemukan pembahasan mengenai pariwisata halal.

Pariwisata halal dan motivasi rohani telah menyebar luas dan menjadi populer dalam beberapa dekade terakhir, menempati segmen penting dari pariwisata internasional dan telah tumbuh secara substansial dalam beberapa tahun terakhir. Pariwisata halal menjadi salah satu bentuk pariwisata yang kurang

dipelajari dalam penelitian pariwisata⁴. Pertumbuhan yang konsisten di segmen pasar ini telah menjadi tren global dalam industri pariwisata. Tren pariwisata halal tidak dianggap sebagai fenomena baru. Pariwisata halal menjadi identik dengan pertumbuhan pariwisata pada masa modern.

Menurut United Nations (2010) pariwisata mengacu pada aktivitas yang dilakukan oleh pengunjung (Visitor) yang melakukan perjalanan ke tujuan utama di luar lingkungannya yang biasa, dalam jangka kurang dari setahun, untuk suatu tujuan utama baik bisnis, liburan atau keperluan pribadi lainnya, selain sebagai pekerja yang dipekerjakan oleh entitas penduduk di negara atau tempat yang dikunjungi. (*Tourism refers to the activity of visitors. A visitor is a traveler taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited*).

Bentuk perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke suatu negara (*in bound*) dapat di kategorikan kedalam beberapa bentuk: bisnis dan professional, liburan (*holiday*), hiburan dan rekreasi , kunjungan ke teman dan kerabat, pendidikan dan pelatihan, kesehatan dan pengobatan, keagamaan/religi, belanja, transit, dan sebagainya.

Salah satu keunggulan sektor pariwisata adalah kemampuannya mendorong pertumbuhan sektor lain yang terkait dengan sektor tersebut, beberapa kegiatan yang terkait dengan wisata antara lain : jasa akomodasi, jasa makanan dan minuman , jasa transportasi (darat, laut, udara), jasa penyewaan alat alat transportasi, jasa agen travel dan reservasi lainnya, jasa budaya, jasa olahraga dan rekreasi, produksi barang yang menjadi karakter wisata khas suatu Negara/daerah, dan jasa menjadi karakter wisata yang khas di suatu Negara/daerah.

Kegiatan wisata merupakan hasil interaksi Antara permintaan dan penawaran terhadap jasa tersebut. Ada banyak faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan wisata. “Dimitri & Debbage “ menyebutkan tiga faktor

⁴Timothy, D.J., dan Olsen, H. *Tourism, religion and spiritual journeys*. (Oxford: Routledge, 2006), h. 1.

yang mendorong permintaan sector pariwisata yaitu factor ekonomi, factor social – psikologi dan factor lingkungan bisnis “Dimitri & Debbage”⁵.

Faktor ekonomi yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan wisata antara lain : pendapatan yang dapat di belanjakan (disposable income), pendapatan perkapita , konsumsi individu, biaya hidup , harga wisata biaya transportasi biaya hidup di tempat tujuan, perbedaan nilai tukar, harga relatif diantara alternative destinasi, biaya promosi, dan efektivitas marketing.

Kemudian, faktor social – psikologis yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan wisata Antara lain : kondisi demografis, motivasi, preferensi perjalanan, manfaat yang di cari, gambaran dan persepsi tentang destinasi, kesadaran terhadap manfaat, waktu yang dimiliki, lama waktu tempuh, pengalaman sebelumnya, kondisi fisik dan kesehatan, dan kesamaan budaya.

Sementara dari sisi eksternal (lingkungan bisnis) yaitu tersedianya sumber pasokan, pertumbuhan dan stabilitas ekonomi, kondisi politik dan social , resesi kemajuan teknologi, aksesibilitas tingkat pembangunan (infrastruktur dan supra struktur), bencana alam , epidemi, perang dan terorisme , atraksi social dan budaya , tingkat urbanisasi , faktor khusus (Olimpiade, mega events), hambatan dan rintangan, pembatasan, peraturan dan undang undang.

Perkembangan sektor pariwisata juga di pengaruhi oleh sisi penawaran. Sessa (1983) dan “Dimitri & Debbage” menyebutkan beberapa factor tersebut Antara lain : ⁶

1. Sumber daya pariwisata, yang terdiri dari sumber daya alam dan sumber daya manusia suatu wilayah
2. Infrastruktur umum dan infrastuktur pariwisata, yang meliputi transportasi infrastruktur telekomunikasi
3. Fasilitas reseptif, yang menerima pengunjung, termasuk akomodasi, tempat makan dan minum, dan apartment/kondominium
4. Fasilitas hiburan dan olah raga, yang menjadi fokus kegiatan wisatawan

⁵ Dimitri, L K & Debbage, K.G., (1998). *The Economic Geography Of the Tourist Industri*. New York: Routledge.

⁶ *Ibid.*

5. Layanan penerimaan wisata, termasuk agen perjalanan, kantor turis, perusahaan penyewaan mobil, pemandu, juru Bahasa dan pengelola pengunjung
6. Image tujuan wisata seperti tujuan yang bersih, hijau dan ramah lingkungan.

Dinamika pariwisata dunia dalam tiga tahun terakhir dipengaruhi oleh peningkatan jumlah perjalanan antar negara dan pertumbuhan perekonomian terutama di kawasan Asia Pasifik. Total wisatawan dunia pada tahun 2014 mencapai 1.110 juta perjalanan luar negeri atau tumbuh 5% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2014 lebih dari 300 juta (27,1% dari total wisatawan dunia) melakukan wisata ke Asia dan 96,7 juta diantaranya masuk ke Asia Tenggara. Sementara pada tahun 2015 ditengah situasi global yang tidak kondusif, perjalanan wisatawan dunia masih tumbuh 4,5%. Jadi, pariwisata tetap mengalami pertumbuhan signifikan. Ekonomi global kembali meningkat pada 2016 sebagai faktor pendorong sektor pariwisata dari sisi permintaan. Indonesia juga mengalami peningkatan di dunia Pariwisata, dari 9,3 juta pada tahun 2014 menjadi 10,4 juta pada tahun 2015 (naik 2,9 %), dan tahun 2016 mampu menembus angka 12 juta kunjungan wisatawan mancanegara. Dibandingkan dengan negara lain di ASEAN, Indonesia berada diperingkat keempat, di bawah Thailand, Malaysia, Singapura. Berdasarkan kewarganegaraan, Singapura, Malaysia dan Tiongkok adalah 3 kontributor wisatawan mancanegara terbesar. Sedangkan dari luar Asia terdapat, Australia, Inggris, dan Amerika Serikat⁷.

Pengembangan pariwisata halal menjadi alternatif bagi industri pariwisata di Indonesia seiring dengan tren pariwisata halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi Islam global⁸. Pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik, sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Industri pariwisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material dan psikologis bagi wisatawan

⁷ Brojonegoro, B. (2016). Kepala Bappenas Bambang: Daerah harus kompak bantu pariwisata. Retrieved from <http://lifestyle.liputan6.com/read/2672032/kepalabappenas-bambang-daerah-harus-kompak-bantu-pariwisata> . Diakses 10 sep 2019

⁸ Samori, Z., Md Salleh, N.Z. dan Khalid, M.M. *Current Trends in Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries*. Dalam Jurnal Tourism Management Perspectives, Volume 19, Part B, July 2016, Pages 131-136. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011> Diakses 10 sep 2019

itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah. Wisata halal ini tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan (Muslim dan Non-Muslim). Inti dari wisata halal menekankan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya. Karena itu, untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya, antara lain melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata⁹.

Dalam kompetisi World Halal Tourism Awards 2016 di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab, 24 Oktober - 25 November 2016, Indonesia berhasil meraih 12 penghargaan dari 16 kategori yang dilombakan. Menurut Menteri Pariwisata RI Arief Yahya, kemenangan ini justru menjadi awal untuk membangun ekosistem baru wisata halal di Indonesia, yang akan memberi kontribusi besar bagi pencapaian target kunjungan wisata. Indonesia sudah menjadi kiblat wisata halal dunia¹⁰.

Adapun penghargaan dalam *World Halal Tourism Awards* 2016 dengan 12 kategori yang diraih Indonesia adalah:

1. World's Best Airline for Halal Travelers: Garuda Indonesia.
2. World's Best Airport for Halal Travelers: Sultan Iskandar Muda International Airport, Aceh Indonesia.
3. World's Best Family Friendly Hotel: The Rhadana Hotel, Kuta, Bali, Indonesia.
4. World's Most Luxurious Family Friendly Hotel: Trans Luxury Hotel Bandung Indonesia.

⁹ Aan Jaelani, *Industri wisata halal di Indonesia: Potensi dan prospek*, dalam Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Paper Nomor 76237, tahun 2017, h. 17. Available at: https://www.researchgate.net/publication/312465032_Industri_wisata_halal_di_Indonesia_Potensi_dan_prospek. Diakses 10 sep 2019.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 16.

5. World's Best Halal Beach Resort: Novotel Lombok Resort & Villas, Lombok, NTB.
6. World's Best Halal Tour Operator: Ero Tour, West Sumatera Indonesia
7. World's Best Halal Tourism Website:
www.wonderfullomboksumbawa.com.indonesia
8. World's Best Halal Honeymoon Destination: Sembalun Village Region, Lombok, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
9. World's Best Hajj & Umrah Operator: ESQ Tours & Travel, Jakarta, Indonesia.
10. World's Best Halal Destination: West Sumatera, Indonesia.
11. World's Best Halal Culinary Destination: West Sumatera, Indonesia
12. World's Best Halal Cultural Destination: Aceh, Indonesia.

Sementara itu, Kepala Deputy Bidang Pengembangan dan Promosi Pariwisata Nusantara, Esthy Reko Astuty mengatakan, banyak alasan mengapa Indonesia bisa menjadi kiblat bagi pariwisata halal dunia.

1. Indonesia memiliki banyak atraksi wisata dunia yang sudah dilengkapi dengan amenities, seperti hotel berstandar internasional.
2. Aksesibilitas, yaitu bandara yang berstandar internasional dan domestik, serta upaya mengembangkan soft infrastrukturnya berupa sumber daya manusia.
3. Produk pariwisata halal merupakan produk wisata alternatif, artinya setiap wisatawan juga bisa memanfaatkan berbagai fasilitasnya. Produk wisata halal bukan hanya untuk turis timur tengah, tetapi juga untuk negara-negara seperti China, Korea, dan Jepang yang juga merupakan pasar potensial.
4. Indonesia merupakan pasar wisata halal terbesar yang diperkuat dengan tim percepatan pembangunan produk wisata halal¹¹.

Perjalanan wisata di dalam Islam, sebagaimana halnya perbuatan lain, harus terikat pada ketentuan syariah. Di dalam Al-Quran dan Hadist terdapat banyak banyak penjelasan seputar kegiatan perjalanan baik dari sisi tujuan, motif, cara, dan bentuk bentuk perjalanan, Didalam Al-Qur'an misalnya, Allah Subhana Wata'ala berfirman dalam Q.S. At-Taubah /9 : 112.

¹¹*Ibid.*, hal. 17

التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ
الْمَامِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ
الْمُؤْمِنِينَ

“Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, beribadah, memuji (Allah), mengembara (demi ilmu dan agama), yang melawat (as-saihun), ruku’, sujud, menyuruh berbuat ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang yang beriman.” QS At-Taubah /9:112¹².

Kata *as-saihun* dalam ayat di atas menurut ikrimah adalah orang yang melakukan perjalanan untuk mencari ilmu dan hadis. Sementara, Ibnu Sa’diy mengatakan perjalanan untuk melakukan ketaatan seperti haji dan umrah, jihad, menuntut ilmu, menyambung tali silaturahmi dengan kerabat, dan sebagainya.

Didalam Al-Qur’an juga terdapat beberapa perintah untuk melakukan perjalanan dalam rangka mendapatkan pelajaran (*ibrah*). Proses mencari pelajaran tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu perjalanan ke tempat-tempat kaum yang pernah di hancurkan oleh Allah Swt, karena pengingkaran mereka atas nabi yang di utus kepada mereka dan kekufuran mereka kepada Allah Swt, seperti pada surat Muhammad /47:10 , Ar-Rum /30:9, dan Al-An’am /6:11. Selanjutnya, adalah perjalanan dalam rangka mengetahui awal mula penciptaan alam semesta yang merupakan bagian dari kekuasaan Allah Swt, seperti yang terdapat pada surat Al-Ankabut ayat 20. Adapun perjalanan untuk melakukan wisata, tamasya dan rekreasi hukum asalnya adalah mubah atau boleh. Hal ini didasarkan pada firman Allah Swt dalam: Q.S. Al A’raf /7 : 32.

¹²*Ibid.* Departemen Agama: *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, h. 163.

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ هِيَ
لِلَّذِينَ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ الْآيَاتِ
يَعْلَمُونَ

Artinya : “Katakanlah:(Muhammad) "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah disediakan untuk hamba-hamba-Nya dan rezeki yang baik-baik ?" Katakanlah: "Semua itu untuk orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, dan khusus (untuk mereka saja) pada hari kiamat". Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu untuk orang-orang yang mengetahui¹³.

Meskipun dengan catatan, kegiatan tamasya tersebut tidak disertai dengan hal-hal yang di haramkan seperti berzina, minum khamar, berjudi, mengumbar aurat, melihat aurat yang tidak halal, berdua duan (khalwat) dengan non-muhrim, dan aktivitas yang bertentangan dengan aturan Islam lainnya. Imam Zarkasyi mengatakan dalam syarah Mukhtashar al-Khiraqy: “adapun yang dimaksud dengan (perjalanan) yang boleh (disamping perjalanan untuk perdagangan, mengunjungi teman, dan sebagainya) mencakup pula perjalanan untuk berwisata (nuzhah) dan melakukan pengamatan (furjah)”

Naqur (2004) membagi hukum perjalanan kedalam dua bagian yakni perjalanan yang legal (yang mencakup perjalanan wajib, sunnah dan mubah) dan perjalan yang terlarang . Perjalanan yang masuk kategori pertama adalah :

1. Perjalanan hijrah yang mencakup enam bagian yaitu keluar darul kufur kedarul Islam: keluar dari negri yang terkena wabah.
2. Perjalan untuk mengambil pelajaran,
3. Perjalanan untuk melakukan ibadah seperti haji, umrah dan mengunjungi Mesjid al_Aqsa,
4. Perjalanan untuk melakukan jihad,
5. Perjalanan untuk mencari kehidupan baru,

¹³ Ibid, hal 123

6. Perjalanan untuk bisnis atau melakukan pekerjaan,
7. Perjalanan untuk menuntut ilmu,
8. Perjalanan untuk mengunjungi teman di jalan Allah Swt, dan perjalanan yang mubah lainnya. Sementara itu, perjalanan yang dilarang adalah perjalanan untuk kegiatan maksiat seperti perjalanan untuk membegal atau memberontak kepada pemimpin yang adil, berzina, minum khamar, dan sebagainya.

Jika di rinci maka hukum perjalanan dapat dikategorikan menjadi perjalan wajib seperti haji dan umrah serta perjalanan untuk kegiatan dakwah Islam: perjalanan sunnah seperti ibadah haji yang sunnah: perjalanan mubah seperti kegiatan bisnis dan rekreasi: perjalanan yang makruh seperti perjalanan wisata di tempat yang banyak kerusakan dan sulit menghindarinya; perjalanan haram seperti perjalanan untuk melakukan kemaksiatan atau ketempat tempat maksiat.

Menurut *Committe for Commercial and Economic Corporation (Comcec)* yang berasal dari Turki, ada tiga komponen penting dalam pengembangan pariwisata halal; Enam Kebutuhan dasar yang terkait dengan peningkatan keimanan wisatawan, permintaan dan penawaran pariwisata halal. Enam kebutuhan dasar yang harus dipenuhi meliputi makanan dan minuman halal, tempat shalat, penggunaan toilet berbasis air, pelayanan dan pemenuhan fasilitas ramadhan, fasilitas yang terbebas dari unsur non halal, fasilitas rekreasi yang bersifat privasi. Permasalahan berkaitan dengan komponen pertama ini adalah masih banyaknya destinasi pariwisata halal yang tidak konsisten dalam pemenuhan ketersediaan restoran halal. Begitu juga dengan pemenuhan fasilitas tempat shalat dan ketersediaan toilet. Permasalahannya terletak pada kebersihan tempat, ketersediaan fasilitas untuk perempuan, dan pemeliharannya. Pelayanan dan pemenuhan fasilitas ramadhan, fasilitas yang terbebas dari unsur non halal, fasilitas rekreasi yang bersifat privasi juga masih belum maksimal terpenuhi di destinasi pariwisata halal. Untuk pengembangannya, Fasilitas-fasilitas dasar ini harus terpenuhi di tempat-tempat strategis wisatawan¹⁴.

¹⁴ Comcec, *Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries*, (Turkey: Comcec Coordination Office, 2016), h. 2.

Adapun komponen yang berkaitan dengan permintaan pariwisata halal berkenaan dengan alasan dan motivasi untuk berwisata. Biasanya terdapat empat alasan dan motivasi dalam berwisata; motivasi agama (10 persen), menikmati waktu luang (75 persen), bisnis (9-10 persen), dan berobat (kurang dari satu persen). Kelemahan dari komponen ini adalah kurang maksimalnya pengenalan situs-situs bersejarah Islam bagi wisatawan muslim, padahal hal ini merupakan letak keunikan pariwisata halal.

Sedangkan komponen penawaran pariwisata halal berkaitan dengan layanan rumah sakit, dan fasilitas pendukung lainnya seperti ketersediaan terminal transportasi, layanan transportasi, layanan akomodasi, operator biro perjalanan, ketersediaan sumber daya manusia yang profesional, dan destinasi wisata yang menarik. Dalam banyak kasus, target promosi biro perjalanan wisata hanya fokus kepada wisatawan *outbound* (*outbound traveler*), bukan kepada wisatawan *inbound* (*inbound traveler*). Permasalahan intinya terletak pada ketidaktersediaan promosi paket wisata ke wisatawan *inbound*. Dengan demikian, diharapkan adanya pelatihan dan pendidikan kepada biro-biro perjalanan untuk bisa memaksimalkan potensi pariwisata yang ada. Begitu juga dengan sumber daya manusia yang tersedia, harus dapat diberdayakan dan menjadi perhatian utama dalam pengembangan pariwisata halal¹⁵.

Adapun permasalahan dalam pengembangan pariwisata halal Indonesia terletak pada infrastruktur yang masih kurang memadai, kesadaran pemerintah, dan ketersediaan investasi di sektor privat dalam pengembangan industri pariwisata. Adapun hal yang perlu dibenahi dari pengembangan pariwisata halal Indonesia adalah keterlibatan berbagai pihak dalam memajukan dan mempromosikan pariwisata halal Indonesia. Cara ini dapat menjamin pasar pariwisata halal di Indonesia eksis bersama pasar pariwisata tradisional yang ada¹⁶.

Untuk mengembangkan suatu objek wisata berbasis ekowisata (*ecotourism*), Heru Frianto Simanjuntak dkk. Menyarankan untuk memperhatikan

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid*, h. 4.

dua unsur; kelayakan objek wisata dan pengkajiannya dengan analisis SWOT. Kelayakan objek wisata diukur dengan kriteria penilaian; daya tarik, aksesibilitas, akomodasi serta sarana dan prasarana. Sedangkan pengkajian pengembangannya dilakukan dengan dua kriteria penilaian, yaitu faktor internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*)¹⁷.

Sedangkan penekanan pengembangan pariwisata halal terletak pada faktor-faktor tempat, produk (akomodasi, makanan dan minuman), faktor penting dimensi (seperti ekonomi, budaya dan agama), dan manajemen pelayanan (marketing, dan aspek-aspek etika)¹⁸.

Untuk melihat kesiapan destinasi wisata syariah, Dini Andriani dkk., menggunakan komponen:

1. Atraksi yang meliputi variabel alam, budaya dan buatan,
2. Amenitas yang meliputi variabel perhotelan, restoran, biro perjalanan wisata, SPA, dan pramuwisata,
3. Aksesibilitas yang meliputi variabel informasi, dan keterjangkauan,
4. *Ancillary* yang meliputi variabel kelembagaan, pemberdayaan masyarakat dan pemasaran¹⁹.

Menurut Dadang Rizki Ratman, pengembangan destinasi pariwisata harus aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat. Indikator-indikator terlaksananya hal-hal tersebut adalah

1. Perwilayahan yang meliputi 50 destinasi pariwisata nasional (DPN), 88 kawasan strategis pariwisata nasional (KSPN), dan 222 kawasan pengembangan Nasional (KPPN),

¹⁷ Heru Frianto Simanjuntak dkk., *Analisis Pengembangan Objek Wisata Pemandian Manigom di Kabupaten Simalungun*, dalam jurnal Peronema Forestry Science Journal Universitas Sumatera Utara, Vol. 4, Nomor 4, 2015, h. 2.

¹⁸ Piyachat Puangniyom dkk., *Halal Tourism Strategy to Promote Sustainable Cultural Tourism in Thailand*, 2017 CEBU International Conference on Studies in Arts, Social Sciences and Humanities (SASSH-17) Jan. 26-27, 2017, Cebu (Philippines), h. 197..

¹⁹ Dini Andriani dkk., *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*, Deputi Bidang Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata, 2015, h.30-31.

2. Atraksi yang meliputi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan manusia,
3. Aksesibilitas yang meliputi prasarana transportasi, sarana transportasi, dan sistem transportasi,
4. Amenitas yang meliputi prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata,
5. Masyarakat yang meliputi peningkatan kapasitas sumber daya masyarakat dan peningkatan kesadaran dan peran masyarakat, dan
6. Investasi yang meliputi insentif investasi, kemudahan investasi dan promosi investasi²⁰.

Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 tahun 2011, tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional (RIPPARNAS) tahun 2010-2025, telah menetapkan 50 destinasi pariwisata nasional (DPN), 88 kawasan strategis pariwisata nasional (KSPN), dan 222 kawasan pengembangan Nasional (KPPN). Diantara 50 DPN yang telah ditetapkan tersebut, ditetapkan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP). Sepuluh DPP tersebut adalah Pariwisata Borobudur dan sekitarnya, Mandalika dan sekitarnya, Labuan Bajo dan sekitarnya, Bromo-Tengger-Semeru dan sekitarnya, Kepulauan Seribu dan sekitarnya, Danau Toba dan sekitarnya, Wakatobi dan sekitarnya, Tanjung Lesung dan sekitarnya, Morotai dan sekitarnya dan Tanjung Kelayang dan sekitarnya.

Dari sepuluh DPP di atas, Danau Toba merupakan kawasan destinasi pariwisata prioritas yang harus mendapat perhatian khusus. Hal ini dikarenakan kawasan ini terhubung dan berkaitan dengan banyak kabupaten di Propinsi Sumatera Utara. Seperti Kabupaten Samosir, Kabupaten Simalungun, Kabupaten Tapanuli Utara, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Karo, dan Kabupaten Toba Samosir. Karena itu, pengembangan pariwisatanya butuh kerja keras lintas sektoral. Selain faktor tersebut, pengembangan Destinasi Pariwisata Prioritas Danau Toba, juga termasuk menjadi perhatian Pemerintah Pusat.

²⁰ Dadang Rizki Ratman, *Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas 2016-2019*, slide presentasi disampaikan pada Rapat Koordinasi Nasional Kementerian Pariwisata, Jakarta, 27 Januari 2016, h. 19.

Perhatian itu tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 49 Tahun 2016 tentang Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Danau Toba.

Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata Danau Toba adalah Pengembangan wilayah sekitarnya. Termasuk wilayah penyokongnya seperti Kota Pematangsiantar. Sehingga target untuk meningkatkan kunjungan wisman menjadi 1 juta orang pada tahun 2019 dengan menjadikan Danau Toba sebagai destinasi utama Indonesia dapat tercapai. Selain itu menurut Ayunni (2019) dalam *Crescent Rating on Halal Travel* menyatakan bahwa kebutuhan para travelers muslim pada daerah wisata harus memenuhi criteria; *Apa yang harus dimiliki, Apa yang baik dimiliki dan Apa yang sebaiknya dimiliki sebuah daerah wisata* dalam memicu *Islam Travelers* untuk berkunjung pada suatu lokasi wisata²¹.

Indonesia sebagai peringkat 1 destinasi wisata halal di dunia menurut Global Muslim Travel Index 2019.²² Terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam mengukur Global Muslim Travel Index, yaitu diantaranya adalah:

1. *Family destination*
2. *Safe travel*
3. *Visitor arrivals*
4. *Dining options*
5. *Prayer space access*
6. *Airport services*
7. *Accommodation*
8. *Ccommunication*
9. *Awareness and reach-out*
10. *Rank*

²¹ Nabillah ayunni. *Evolution of Muslim Traveler Faith based service Needs*. <https://www.crescentrating.com/magazine/muslim-travel/4000/evolution-of-muslim-traveler-faith-based-service-needs.html> diakses Juli 2019

²² Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019: *Indonesia dan Malaysia Mengambil Posisi Teratas di Pasar Perjalanan Muslim yang Berkembang Pesat*. <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2019-indonesia-and-malaysia-take-the-top-positions-in-the-fast-growing-muslim-travel-market/> diakses Juli 2019.

Berdasarkan kriteria diatas, maka beberapa kriteria juga dapat digunakan sebagai landasan dari penelitian ini, mengingat sektor pariwisata halal menyimpan potensi yang harus digali dalam meningkat PAD kota Pematangsiantar. Namun demikian, dapat ditelusuri bahwa, hampir seluruh kriteria dapat ditemukan aktifitas kegiatannya di kota Pematangsiantar kecuali kriteria nomor 10 yaitu *rank*. Misalnya saja, akomodasi yang meliputi hotel / tempat bermalam bagi wisatawan.

Pada tahun 2017 ketersediaan hotel bintang di kota Pematangsiantar sebanyak 47 hotel dimana 6 hotel bintang dan 41 hotel melati. Tingkat okupansi hanya sekitar 38,15% untuk hotel bintang dan 34,62% untuk hotel melati. Berikut informasi ketersediaan hotel di kota Pematangsiantar²³.

Tabel 1. 1 : Tingkat hunian hotel

Jenis Hotel	Jumlah	Jumlah kamar	Tingkat okupansi
Hotel Bintang 1-3	6	314	37.76%
Hotel Melati	41	923	34.62

Sumber: BPS kota Pematangsiantar 2017 yang diolah Penulis

Dari data di atas menunjukkan masih rendahnya tingkat hunian hotel yang hanya sekitar 34-37% pertahun dengan lama menginap hanya 1,22 hari, tetapi disisi lain menunjukkan kesediaan kota Pematangsiantar dalam menghadapi wisatawan yang akan menginap di kota ini yang menjadi modal dasar dalam pengembangan wisata kota.

Kota Pematangsiantar dengan penduduk sebanyak 251.519 orang pada tahun 2017, menetapkan urgensi pengembangan pariwisata kota Pematangsiantar bahwa Kota Pematangsiantar merupakan pintu gerbang ke lokasi obyek wisata Danau Toba dan juga tempat wisata kota lainnya. Karena itu, Pematangsiantar sering juga disebut sebagai kota persinggahan atau kota transit bagi wisatawan.

²³ Badan Pusat Statistik Kota Pematangsiantar: *Kota Pematangsiantar Dalam Angka 2018*. <https://siantarkota.bps.go.id/publication/2018/08/16/8123b86f3db30eeef1c82299/kota-pematangsiantar-dalam-angka-2018.html> akses 1 Mei 2019, hal. 227

Ketika hari libur besar tiba, maka kota Pematangsiantar dipadati dengan pengunjung yang ingin berlibur ke Danau Toba²⁴.

Selain itu Kota Pematangsiantar memiliki letak geografis kota yang strategis di sektor perdagangan, hotel, restoran, pariwisata, dan pertanian. Dengan demikian Pengembangan Pariwisata Halal Kota Pematangsiantar sebagai penyangga Destinasi Danau Toba mutlak diperlukan.

Permasalahan yang dirasakan wisatawan muslim selama ini di wilayah Destinasi Pariwisata Danau Toba adalah kurangnya ketersediaan informasi restoran halal atau kurang terjaminnya kehalalan restoran atau pusat perbelanjaan makanan yang tersedia. Sehingga menyebabkan kebanyakan wisatawan muslim lebih memilih membeli stok makanan, membeli oleh-oleh makanan ataupun makan di restoran di luar Kota Pematangsiantar. Selain itu, pelayanan dan fasilitas yang ada kurang memadai. Seperti layanan rumah sakit, dan fasilitas pendukung lainnya seperti ketersediaan terminal transportasi, layanan transportasi, layanan akomodasi, operator biro perjalanan, ketersediaan sumber daya manusia yang profesional, dan destinasi wisata yang menarik kurang tersedia. Faktor *Ancillary* yang meliputi variabel kelembagaan, pemberdayaan masyarakat dan pemasaran, juga kurang menjadi perhatian. Sehingga dengan beberapa faktor di atas dapat menjadi penyebab berkurangnya wisatawan ke Danau Toba.

Sebagai penyangga Pariwisata Danau Toba, maka Kota Pematangsiantar diharapkan mampu melengkapi atau menyediakan beberapa hal yang disebutkan di atas. Sehingga dapat mendorong datangnya wisatawan ke Danau Toba. Tidak hanya itu, wisatawan yang berkunjung ke Danau Toba juga dapat dikenalkan dengan ecowisata dan wisata alam Pematangsiantar. Seperti wisata Taman Hewan, Taman Bunga, Vihara Avalokitesvara, Museum Simalungun, Air Terjun Bah Butong, Perkebunan Teh Sidamanik, dan Pemandian Alam (Timuran dan Karang Anyar). Sehingga dengan adanya pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar, dapat menambah destinasi pariwisata wisatawan.

Pengembangan pariwisata halal di Indonesia tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang muncul tidak hanya dari internal pengelola pariwisata itu

²⁴ *Ibid*, hal. 227-231

sendiri namun juga dari eksternal stakeholder pariwisata di Indonesia. Beberapa penelitian juga telah terbukti mengungkapkan hal yang sama, dimana permasalahan-permasalahan dalam pengembangan pariwisata di Indonesia saat ini muncul turut melibatkan berbagai aktor, praktisi, akademisi, masyarakat hingga regulator setempat. Secara umum, permasalahan dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia diantaranya mulai dari ketersediaan sarana dan prasarana yang layak untuk wisatawan, ketersediaan transportasi yang layak untuk wisatawan, ketersediaan restoran yang menyediakan minuman dan makanan halal, ketersediaan hotel syariah yang dapat mewujudkan kebutuhan-kebutuhan wisatawan muslim, seperti misalnya menyediakan makanan dan minuman halal di hotel tersebut, serta menyediakan alat-alat untuk beribadah. Selain itu, permasalahan juga muncul dari kesiapan penyedia layanan wisata halal. Tidak sedikit dari mereka memiliki persepsi bahwa dengan memberikan klaim wisata halal, maka akan membatasi kunjungan wisata pada segmen agama tertentu. Persepsi inilah yang juga turut berkontribusi bagi para penyedia layanan wisata halal untuk tidak mengklaim bahwa layanan wisatanya adalah wisata halal.

Selain itu, persepsi para penyedia layanan wisata halal beranggapan bahwa, mereka harus memiliki sertifikat halal untuk menjadikan wisata mereka adalah wisata halal. Sehingga, para pengusaha ini harus menggelontorkan biaya lagi guna mendapatkan sertifikat halal. Hal ini juga yang menjadi kendala bagi para pengusaha dalam mewujudkan layanan wisata halal. Permasalahan lainnya adalah muncul dari kalangan masyarakat dimana literasi wisata halal bagi masyarakat masih sangat rendah. Kesadaran masyarakat akan wisata halal juga masih rendah.

Permasalahan-permasalahan di atas juga muncul dalam pengembangan pariwisata di Danau Toba, Kota Pematangsiantar. Permasalahan yang dirasakan wisatawan muslim selama ini di wilayah Destinasi Pariwisata Danau Toba adalah kurangnya ketersediaan informasi restoran halal atau kurang terjaminnya kehalalan restoran atau pusat perbelanjaan makanan yang tersedia. Sehingga menyebabkan kebanyakan wisatawan muslim lebih memilih membeli stok makanan, membeli oleh-oleh makanan ataupun makan di restoran di luar Kota

Pematangsiantar. Selain itu, pelayanan dan fasilitas yang ada kurang memadai. Seperti layanan rumah sakit, dan fasilitas pendukung lainnya seperti ketersediaan terminal transportasi, layanan transportasi, layanan akomodasi, operator biro perjalanan, ketersediaan sumberdaya manusia yang profesional, dan destinasi wisata yang menarik kurang tersedia. Faktor *Ancillary* yang meliputi variabel kelembagaan, pemberdayaan masyarakat dan pemasaran, juga kurang menjadi perhatian. Sehingga dengan beberapa faktor di atas dapat menjadi penyebab berkurangnya wisatawan ke Danau Toba.

Untuk mengembangkan pariwisata halal kota Pematangsiantar, maka dibutuhkan kajian mendalam mengenai potensi pasar, peluang dan tantangan, faktor-faktor, strategi, model dan dampak pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar. Kesemua kajian tersebut terangkum dalam kajian strategi pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar yang diharapkan dapat menjadi penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Sehingga dengan latar belakang ini, penelitian ini diberi judul *“Analisis Problematika Pengembangan Potensi Pariwisata Halal Kota Pematangsiantar Sebagai Penyangga Destinasi Prioritas Danau Toba”*.

B. Perumusan Masalah

Dari paparan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah masalah dalam pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar?
2. Bagaimanakah solusi yang dibutuhkan dalam masalah pengembangan wisata halal Kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi Pariwisata Danau Toba?
3. Bagaimanakah strategi pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar?

C. Batasan Istilah

Untuk menjaga agar pembahasan dalam penelitian ini tidak melebar, maka perlu adanya pembatasan istilah. Pembatasan istilah dalam penelitian ini

diperlukan untuk memahami secara utuh maksud penelitian. Adapun poin-poin yang dikaji terbatas pada permasalahan berikut:

1. Analisa Pengembangan

Maksud dari analisa pengembangan adalah penelitian secara cermat untuk menjadikan pariwisata Kota Pematangsiantar maju dan berkembang.

2. Potensi pariwisata Halal

Maksud dari pariwisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk seluruh wisatawan, baik muslim ataupun non muslim, yang pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk kepada aturan-aturan Islam. Industri pariwisata halal tidak hanya berhubungan dengan produk halal seperti makanan ataupun minuman non-alkohol, tapi lebih dari itu, yang mencakup pelayanan yang halal terutama yang berhubungan dengan interaksi antara wisatawan laki-laki dan perempuan.

3. Kota Pematangsiantar

Maksud dari Kota Pematangsiantar adalah salah satu Kota Tingkat II yang ada di provinsi Sumatera Utara. Kota Pematangsiantar merupakan Kota Tingkat II terbesar kedua di Sumatera Utara.

4. Penyangga Destinasi Pariwisata Prioritas Danau Toba

Maksud dari penyangga destinasi Pariwisata Danau Toba adalah bahwa pariwisata halal Kota Pematangsiantar diharapkan mampu berperan sebagai penunjang atau penopang Pariwisata Danau Toba.

D. Tujuan Penelitian

Setelah pembahasan latar belakang masalah, perumusan masalah dan batasan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

1. Untuk menganalisa masalah pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar;
2. Untuk menganalisa solusi yang dibutuhkan dalam masalah pengembangan wisata halal Kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi Pariwisata Danau Toba.

3. Untuk menganalisa strategi kontribusi pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar.

E. Kegunaan Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat dua kegunaan; kegunaan akademis dan kegunaan praktis. Berikut kegunaan masing-masing penelitian ini:

1. Kegunaan Akademis

Kegunaan Akademis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan informasi terbaru tentang bentuk pasar, aspek pasar, masalah peluang dan tantangan, strategi, dan faktor-faktor pengembangan pariwisata halal khususnya Kota Pematangsiantar, sehingga dapat menjadi penyangga destinasi Pariwisata Danau Toba. Dengan demikian, diharapkan dapat memperkaya sumber-sumber kepustakaan dan untuk kepentingan penelitian serupa selanjutnya;
- b. Penelitian ini berguna untuk literasi pariwisata halal.
- c. Penelitian ini berguna untuk menjadi bahan kebijakan pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar.
- d. Penelitian ini berguna untuk para akademisi dan praktisi dalam menentukan model pariwisata halal.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi dan data bagi masyarakat luas mengenai bentuk pasar, aspek potensi pasar, masalah peluang dan tantangan, strategi, dan faktor-faktor pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar;
- b. Dengan memahami dan mengerti mengenai strategi pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah, atau lembaga-lembaga lainnya untuk dapat memajukan pariwisata halal lainnya di wilayah Indonesia;

- c. Memberikan sumbangan pemikiran kepada Kementerian Pariwisata Republik Indonesia untuk menggalakkan pengembangan pariwisata halal di seluruh wilayah Indonesia;
- d. Memberikan informasi kepada umat Islam mengenai bentuk pasar, potensi pasar, peluang dan tantangan, strategi, dan faktor-faktor pengembangan pariwisata halal, sehingga dapat mengembangkan pariwisata halal secara mandiri, tanpa harus menunggu arahan dari pemerintah.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori Pariwisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Bab I disebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah²⁵.

Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan.²⁶ Pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan²⁷.

Pariwisata didefinisikan sebagai suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar²⁸.

Pariwisata sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah

²⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, h. 2

²⁶ Yuliani, 2013. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kominfo (Disbudpar) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Pampang Kota Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 3, h. 450-464.

²⁷ Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, h. 306

²⁸ Pendit, N.S. 2003. Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita h 20.

lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap²⁹.

Istilah pariwisata pertama kali diperkenalkan oleh dua budayawan pada sekitar tahun 1960, yaitu Moh. Yamin dan Prijono. Kedua budayawan ini memberikan masukan kepada pemerintah saat itu untuk mengganti istilah tour agar sesuai dengan bahasa khas Nusantara. Istilah Pariwisata sendiri berasal dari bahasa Sansekerta yaitu sebagai berikut :

Pari = Penuh, Lengkap, Keliling

Wis (man) = Rumah, properti, Kampung, Komunitas

Ata = Pergi, Terus Menerus, Mengembara

Yang bila diartikan secara keseluruhan, pariwisata adalah Pergi Secara Lengkap, Meninggalkan Rumah (Kampung) untuk berkeliling secara terus menerus³⁰.

Pariwisata merupakan kegiatan dan aktifitas manusia, dan sebagai suatu pernyataan dari usaha-usaha manusia untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan hidupnya³¹.

Pada hakikatnya berpariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar³².

Menurut Soekadijo (1996), menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu gejala sosial yang kompleks dan menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai aspek seperti sosiologis, psikologis, ekonomis, ekologis dan lain sebagainya. Aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hampir

²⁹ Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya Paramita: Jakarta.

³⁰ Pendit, Ilmu Pariwisata, h 20.

³¹ Yoeti, Oka A, Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata.

³² Nailu Rahman. (n.d.). perspektif Stakeholders Terhadap Obyek Dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo.

merupakan satu-satunya aspek yang paling dianggap penting adalah aspek ekonomi³³.

Pariwisata adalah suatu aktivitas yang berkaitan dengan waktu luang dan bersantai perjalanan wisata bukanlah suatu kewajiban dan biasanya dilakukan pada saat seorang sedang libur dari pekerjaannya atau terlepas dari rutinitasnya³⁴.

Sedangkan menurut Murphy menyatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen³⁵.

Pariwisata dikelompokkan berdasarkan tujuan dan motif seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata, diantaranya :

1. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (Pleasure Tourism)

Merupakan jenis pariwisata yang memiliki tujuan untuk mengetahui suatu daerah wisata dengan meninggalkan tempat tinggalnya dalam mengisi liburan guna memperoleh udara segar atau untuk menghilangkan kepenatan dari rutinitas sehari-hari.

2. Pariwisata Untuk Rekreasi (Recreation Tourism)

Adalah jenis pariwisata yang dilakukan orang-orang yang sedang berlibur untuk memulihkan kesegaran jasmani maupun rohani.

3. Pariwisata Untuk Kebudayaan (Cultural Tourism)

Adalah jenis pariwisata yang dilakukan orang-orang yang sedang berlibur untuk mengetahui adat-istiadat, sejarah, seni budaya, agama maupun gaya dan cara hidup suatu bangsa.

4. Pariwisata Untuk Olahraga (Sports Tourism)

Merupakan pariwisata yang dilakukan dalam rangka untuk melatih ketangkasan jasmani dan menyegarkan rohani. Jenis ini dapat dibagi menjadi dua kategori :

³³ Soekadijo, *Anatomi Pariwisata*, h. 306.

³⁴ Pitana, I Gde dan Gayatri, G Putu, *Sosiologi Pariwisata*, Andi Offset, Yogyakarta, 2005.

³⁵ Murphy P.E (1985). *Tourism A Community Approach*. Metheun. New York.

a. Big Sports Event, yaitu pariwisata yang dilakukan karena adanya peristiwa olahraga besar seperti Olympiade Games, World Cup, dan lain-lain.

b. Sports Tourism of the Practitioner, yaitu pariwisata olahraga bagi yang ingin berlatih dan mempraktekannya sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga basket, sepak bola, dan lain-lain

5. Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (Business Tourism)

Merupakan jenis pariwisata yang dilakukan karena adanya pekerjaan yang harus dilakukan di suatu daerah atau suatu negara.

6. Pariwisata Untuk Berkonvensi (Convenetion Tourism).

Merupakan pariwisata dalam rangka mengikuti suatu acara atau kegiatan seperti seminar, pameran, konferensi dan lain sebagainya yang diselengi dengan kegiatan wisata di waktu senggangnya. Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi³⁶.

Di awali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang. Indonesia sebagai negara yang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah³⁷.

Menurut Jaelani, ada beberapa point perjalanan/wisata di dalam Islam, sebagaimana berikut:

1. Perjalanan merupakan ibadah , sebagaimana perintah haji atau umroh yang menjadi bagian dari rukun Islam
2. Wisata/perjalanan terkait konsep pengetahuan, hal ini terkait dengan perjalanan di awal Islam dengan tujuan mendapatkan dan menyebarkan pengetahuan sesuai dengan firman Allah didalam surah At-Taubah/9 :112

³⁶ Spillane J.J,1987,*Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta, Kanisius, h. 150.

³⁷ Pendit, Ilmu Pariwisata, h 20 .

اللَّهُ ۚ

بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ
الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu

3. Di dalam Islam tujuan wisata/perjalanan adalah untuk mendapatkan suatu pengetahuan dan berfikir, yaitu merenungkan hakikat penciptaan makhluk.. Di dalam alqur'an juga terdapat perintah untuk melakukan perjalanan di muka bumi, sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-An'am/6: 11-12

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ
ط ۝ اللَّهُ ۚ عَلَىٰ نَفْسِهِ ۚ لِيَجْمَعَنَّكُمْ
إِلَىٰ يَوْمِ الْقِيَامَةِ ۚ رَيْبَ فِيهِ ۚ الَّذِينَ ۚ أَنْفُسَهُمْ فَهُمْ ۚ يُؤْمِنُونَ

Artinya :

Ayat 11. Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.

Ayat 12. Katakanlah: "Kepunyaan siapakah apa yang ada di langit dan di bumi". Katakanlah: "Kepunyaan Allah". Dia telah menetapkan atas Diri-Nya kasih sayang. Dia sungguh akan menghimpun kamu pada hari kiamat yang tidak ada keraguan padanya. Orang-orang yang meragukan dirinya mereka itu tidak beriman.

4. Berdakwah, tujuan paling utama melakukan perjalanan adalah untuk menyampaikan dan mengajak umat manusia kepada agama Allah yang di turunkan melalui Nabi Muhammad SAW sebagaimana yang di lakukan oleh Rosul dan para sahabatnya untuk mengajak umat manusia kepada kebaikan dan menjalankan kebenaran. Konsep wisata dikembangkan untuk mencapai

tujuan tersebut. Pada akhirnya wisata Islam merupakan kegiatan untuk memikirkan dan merenungkan kebesaran Allah melalui ciptaanya yang terhampar di bumi, sehingga akan menambah keimanan manusia di dalam jiwanya serta semakin mendekatkan diri kepada Sang Pencipta³⁸.

QS. AlJumu'ah /62:10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. AlJumu'ah /62:10) Menurut Abdul Mun'im, teks ayat tersebut mengandung makna bahwa, apabila kamu telah menunaikan shalat, kamu diperintahkan untuk menyebar (tafriq) keseluruh bumi, dan segera keluar dari masjid karena hal tersebut maslahat bagi kamu. Pendapat ini juga di perkuat oleh imam Al-Qurthuby yang menyebutkan, “Apabila kamu telah melaksanakan shalat, menyebarlah kamu di muka bumi untuk melakukan perniagaan dan melakukan usaha-usaha yang menyangkut kebutuhan kamu”³⁹.

B. Wisata dalam konteks Alquran dan Sunnah

Pariwisata dalam istilah arab disebut dengan kata “*al-Siyahah, al-Rihlah, dan al-Safar*”⁴⁰ atau dalam bahasa Inggris dengan istilah “*tourism*”⁴¹. Secara definisi berarti suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri ataupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun masyarakat

³⁸ Jaelani, *Industri wisata halal di Indonesia*: h. 17.

³⁹ Al-Qurthubi. *Tafsir Al-Qurthuby*. Bairut: Daar Ihya al-Turats al-Aroby, Juz 18, h. 108.

⁴⁰ Dr. Rohi Baalbaki, *Al Mawrid A Modren Arabic English Dictionary*, dar al Ilm Almalayin, Beirut, 1995, h 569, 652.

⁴¹ John M. Echols and Hassan Shadily, *Kamus Indonesia Inggris*, PT. Gramedia, Jakarta, 2010, h. 156

dalam rangka memenuhi keinginan wisatawan (pengunjung) dengan tujuan tertentu⁴².

Dalam Al-Qur'an maupun Sunnah Rasulullah Saw tidak ditemukan kata pariwisata secara harfiah, namun terdapat beberapa kata yang menunjuk kepada pengertian dengan lapaz-lapaz yang berbeda namun secara umum maknanya sama, setidaknya ditemukan tujuh bentuk redaksi kalimat, diantaranya adalah:

1. “Sara–Yasiru-Siru-Sairan-Saiyaratana” : (berjalan, melakukan perjalanan), dari kata tersebut dijumpai kata “saiyar, muannatsnya saiyahrah” dengan makna yang banyak menempuh perjalanan, lebih dikenal dengan nama mobil. Kata-kata yang menunjukkan makna tersebut terdapat dalam Qs. al-An'am /6: 11:

QS. Annamal /27: 69.

سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ

Katakanlah: "Berjalanlah kamu (di muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang berdosa.

Qs. al-Ankabut /29 : 20.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ
اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Qs. al-Rum /30 : 42.

⁴² Kaelani HD, *penelitian pariwisata dalam perspektif Islam*. h .6 : www.digilib.ui.edu/ di akses 12 sep 2019.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ

Katakanlah: "Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. Kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)."

Qs. Saba' /34:18.

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْفُرَى الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا فُرى ظَاهِرَةً وَقَدَّرْنَا فِيهَا السَّيِّ سِيرُوا فِيهَا لِيَالِي وَأَيَّامًا آمِنِينَ

Dan Kami jadikan antara mereka dan antara negeri-negeri yang Kami limpahkan berkat kepadanya, beberapa negeri yang berdekatan dan Kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak-jarak) perjalanan. Berjalanlah kamu di kota-kota itu pada malam hari dan siang hari dengan dengan aman

Qs. al-Mukmin /40 : 21.

أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ كَانُوا مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا هُمْ أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارًا فِي الْأَرْضِ فَآخَذَهُمُ اللَّهُ بِذُنُوبِهِمْ وَمَا كَانَ لَهُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ وَاقٍ

Dan apakah mereka tidak mengadakan perjalanan di muka bumi, lalu memperhatikan betapa kesudahan orang-orang yang sebelum mereka. Mereka itu adalah lebih hebat kekuatannya daripada mereka dan (lebih banyak) bekas-bekas mereka di muka bumi, maka Allah mengazab mereka disebabkan dosa-dosa mereka. Dan mereka tidak mempunyai seorang pelindung dari azab Allah.

Pada surat-surat di atas dijelaskan dengan beragam redaksi, anjuran melakukan perjalanan dengan menggunakan kata kerja sedang

berlangsung dan kata perintah, sehingga didapat motivasi para Rasul dan Nabi terdahulu dalam melakukan perjalanan⁴³.

2. “Al-Safar” : (Perjalanan) terdapat dalam Qs. alBaqarah /2 : 184,185.

أَيَّامًا مَعْدُودَاتٍ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِنْ أَيَّامٍ أُخَرَ
وَعَلَى الَّذِينَ يُطِيقُونَهُ فِدْيَةٌ طَعَامُ مِسْكِينٍ فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ
وَأَنْ تَصُومُوا خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

(yaitu) dalam beberapa hari yang tertentu. Maka barangsiapa diantara kamu ada yang sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), maka (wajiblah baginya berpuasa) sebanyak hari yang ditinggalkan itu pada hari-hari yang lain. Dan wajib bagi orang-orang yang berat menjalankannya (jika mereka tidak berpuasa) membayar fidyah, (yaitu): memberi makan seorang miskin. Barang siapa yang dengan kerelaan hati mengerjakan kebajikan, maka itulah yang lebih baik baginya. Dan berpuasa lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِنَ الْهُدَى
وَالْفُرْقَانِ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ
فَعِدَّةٌ مِنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ
وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَى مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

(Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). Karena itu, barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu

⁴³ Al-Raghib al-Alashfihani, *Mu'jam al-Quran Li Alfaz al-Quran*, (Dar Fikr, Beirut, 1989 M), hal 105.

mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.

Qs. An-nisa'/4 : 43.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْرَبُوا الصَّلَاةَ وَأَنْتُمْ سُكَارَى حَتَّى تَعْلَمُوا مَا تَقُولُونَ
نُبًّا إِلَّا عَابِرِي سَبِيلٍ حَتَّى تَغْتَسِلُوا وَإِنْ كُنْتُمْ مَرْضَى أَوْ عَلَى سَفَرٍ
أَوْ جَاءَ أَحَدٌ مِنْكُم مِّنَ الْغَائِطِ أَوْ لَامَسْتُمُ النِّسَاءَ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً فَتَيَمَّمُوا
صَعِيدًا طَيِّبًا فَامْسَحُوا بِوُجُوْهِكُمْ وَأَيْدِيكُمْ ۖ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu shalat, sedang kamu dalam keadaan mabuk, sehingga kamu mengerti apa yang kamu ucapkan, (jangan pula hampiri mesjid) sedang kamu dalam keadaan junub, terkecuali sekedar berlalu saja, hingga kamu mandi. Dan jika kamu sakit atau sedang dalam musafir atau datang dari tempat buang air atau kamu telah menyentuh perempuan, kemudian kamu tidak mendapat air, maka bertayamumlah kamu dengan tanah yang baik (suci); sapulah mukamu dan tanganmu. Sesungguhnya Allah Maha Pema'af lagi Maha Pengampun.

Qs. al- Maidah /5: 6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قُمْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ فَاغْسِلُوا وُجُوْهَكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ إِلَى
الْمَرَافِقِ وَامْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ إِلَى الْكَعْبَيْنِ وَإِنْ كُنْتُمْ جُنُبًا
فَاطَهَّرُوا وَإِنْ كُنْتُمْ مَرْضَى أَوْ عَلَى سَفَرٍ
لَا مَسْئَةَ النِّسَاءِ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً فَتَيَمَّمُوا صَعِيدًا طَيِّبًا فَامْسَحُوا بِوُجُوْهِكُمْ
وَأَيْدِيكُمْ مِنْهُ مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِنْ حَرَجٍ وَلَكِنْ يُرِيدُ لِيُطَهِّرَكُمْ وَلِيُتِمَّ
نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu hendak mengerjakan shalat, maka basuhlah mukamu dan tanganmu sampai dengan siku, dan

sapulah kepalamu dan (basuh) kakimu sampai dengan kedua mata kaki, dan jika kamu junub maka mandilah, dan jika kamu sakit atau dalam perjalanan atau kembali dari tempat buang air (kakus) atau menyentuh perempuan, lalu kamu tidak memperoleh air, maka bertayammumlah dengan tanah yang baik (bersih); sapulah mukamu dan tanganmu dengan tanah itu. Allah tidak hendak menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmat-Nya bagimu, supaya kamu bersyukur.

Dalam beberapa surat dan ayat di atas dijelaskan tentang keadaan orang yang sedang dalam musafir diberikan kemudahan dan keringanan dalam ibadah, seperti menjama' dan mengqasar sholat begitu juga di bolehkan berbuka bagi yang berpuasa⁴⁴.

3. “*Rihlah*” : (Perjalanan) terdapat dalam Qs. Qurays /106: 1-4.

لَا يَلَافُ قُرَيْشٌ (1) إِيْلَافَهُمْ رَحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ (2) فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ (3) الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ (4)

Karena kebiasaan orang-orang Quraisy, (yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas, Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan Pemilik rumah ini (Ka'bah). Yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan.

Menerangkan Kebiasaan suku Quraisy melakukan perjalanan bisnis/berdagang pada musim dingin ke Yaman dan musim panas ke negeri Syam⁴⁵. Rasulullah Saw dalam hal ini menganjurkan ummatnya untuk melakukan perjalanan atau wisata rohani ke tiga Masjid, sabagaimana dalam sabda Beliau:

⁴⁴ *Ibid*, h. 112.

⁴⁵ *Ibid*, h. 89, lihat juga Muhammad Fuad Abdul Baqy, *Mu'jam alMufahris Li-Alfaz al-Quran*, (Maktabah Islamiyah, Istanbul, Turki, 1984 M), hal 96.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا تُشَدُّ
اللَّهُ

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَمَسْجِدِ الْأَقْصَى

Artinya : "Tidaklah kamu di anjurkan melakukan perjalanan melainkan kepada tiga Masjid, al-Masjid al Haram, Masjid al-Rasul, dan Masjid al-Aqsa"⁴⁶.

4. "Hajara-Yuhajiru-Muhajiran" : (Berhijrah, berpindah) terdapat dalam Qs. Annisa' /4 : 100.

وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَاجِمًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ
يَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكْهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ
عَلَى اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Barangsiapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka mendapati di muka bumi ini tempat hijrah yang luas dan rezki yang banyak. Barangsiapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), maka sungguh telah tetap pahalanya di sisi Allah. Dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang

Menerangkan keadaan orang yang berhijrah karena Allah Swt dan Rasul-Nya maka orang tersebut mendapatkan pahala, walaupun akan banyak mendapatkan tantangan dan cobaan.

5. "Asra" : (memperjalankan) terdapat dalam Qs. al-Isra' /17:1.

سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ لَيْلًا مِنَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِلَى الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى
الَّذِي بَارَكْنَا حَوْلَهُ لِنُرِيَهُ مِنْ آيَاتِنَا إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ

⁴⁶ HR. Bukhori, bab: keutamaan shalat di masjid al-Haram dan Masjid Nabawi, 4/376. Bairut. Lebanon.

Maha Suci Allah, yang telah memperjalankan hamba-Nya pada suatu malam dari Al Masjidil Haram ke Al Masjidil Aqsha yang telah Kami berkahi sekelilingnya agar Kami perlihatkan kepadanya sebagian dari tanda-tanda (kebesaran) Kami. Sesungguhnya Dia adalah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Kisah Isra' dan Mi'raj, misi perjalanan

Rasulullah Saw dari Masjid Haram Makkah ke Masjid al-Aqsa di Palestina, lalu menaiki langit menjemput perintah sholat⁴⁷.

6. "Saha-Yahsihu-Saihan-Siyahah-Sa ihun" : (Berjalan atau bepegian), terdapat dalam Qs. Al-Taubah /9: 2 dan 112.

فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ

Maka berjalanlah kamu (kaum musyrikin) di muka bumi selama empat bulan dan ketahuilah bahwa sesungguhnya kamu tidak akan dapat melemahkan Allah, dan sesungguhnya Allah menghinakan orang-orang kafir

بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu.

Dalam dua ayat di atas dijelaskan tentang anjuran melakukan perjalanan di muka bumi dalam rangka melakukan ibadah dan anjuran melawat atau bertamasya ke suatu negeri untuk melihat pemandangan dan kagungan ciptaan Allah Swt. Bahkan Allah Swt memuji orang-orang yang

⁴⁷ Ibid, h. 23.

melakukan perjalanan, wisatawan dan pelancong dengan istilah "Al-Saih" berbarengan dengan orang bertaubat, memuji Allah, orang yang ruku', orang yang sujud, berjihad, dan beramar ma'ruf dan Nahi Munkar⁴⁸.

Senada dengan hal di atas Rasulullah Saw bersabda dalam sabda Beliau:

عَنْ سَعْدِ بْنِ مَسْعُودٍ ، أَنَّ عُثْمَانَ بْنَ مَظْعُونٍ ، أَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ، فَقَالَ : ائْذَنْ لَنَا فِي الْاِخْتِصَاءِ ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : لَيْسَ مِنَّا مَنْ خَصَى وَلَا اخْتَصَى ، إِنَّ خِصَاءَ أُمَّتِي الصِّيَامُ ، فَقَالَ : يَا رَسُولَ اللَّهِ ، ائْذَنْ لَنَا فِي السِّيَاحَةِ ، فَقَالَ : إِنَّ سِيَاحَةَ أُمَّتِي الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ، قَالَ : يَا رَسُولَ اللَّهِ ، ائْذَنْ لَنَا فِي التَّرَهُّبِ ، فَقَالَ : إِنَّ تَرَهُّبَ

49"

Artinya: "Dari Sa'ad bin Mas'ud, bahwasanya 'Usman bin Maz'un datang menemui Nabi SAW, dia berkata: "Izinkanlah kami dikebiri!" Lalu Rasulullah SAW menjawab: "Sesungguhnya pengebirian umatku adalah dengan cara berpuasa." Dia berkata lagi: "Ya Rasulullah! Izinkanlah kami hidup melakukan siyahah (pergi ke padang pasir jauh dari orang ramai, meninggalkan segala kesenangan dan perkara-perkara yang mubah serta mengekang hawa nafsu)." Lalu Rasul menjawab: "Siyahah umatku adalah dengan cara berjihad fi sabilillah." Dia berkata lagi: "Wahai Rasulullah, izinkanlah kami menjalani hidup seperti seorang rahib." Rasulullah menjawab: "Sesungguhnya kerahiban umatku adalah dengan cara duduk di masjid masjid menunggu masuknya waktu sholat."

7. "Dharaba" : (melakukan perjalanan), terdapat dalam Qs. Annisa' /4: 101.

⁴⁸ Ibid, h. 102.

⁴⁹ Al-Baghawi , Syarh al-Sunnah, jilid 1, h. 364, al-Bayhaqi , Syu'ab al-Iman, jilid. 9, h. 255, dan Ibn al-Mubarak, al-Zuhd wa alRaqa'iq, jilid 2, h. 37.

وَإِذَا ضَرَبْتُمْ فِي الْأَرْضِ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَقْصُرُوا
الصَّلَاةَ إِنْ خِفْتُمْ أَنْ يَفْتِنَكُمُ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ الْكَافِرِينَ كَانُوا لَكُمْ
عَدُوًّا مُبِينًا

Dan apabila kamu bepergian di muka bumi, maka tidaklah mengapa kamu meng-qashar sembahyang(mu), jika kamu takut diserang orang-orang kafir. Sesungguhnya orang-orang kafir itu adalah musuh yang nyata bagimu

Pada ayat ini di jelaskan tentang kemudahan dan keringanan dengan mengqashar shalat bagi orang yang dalam perjalanan.

Berdasarkan ayat-ayat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa wisata juga menjadi salah satu kegiatan muamalah yang dibahas dalam Al-Qur'an dan sunnah. Hal ini terlihat dari banyaknya kata-kata yang bermakna perjalanan dalam Al-Qur'an. Namun demikian, sudah seringkali dalam keseharian, kata kata yang paling familiar dan erat kaitannya dengan pariwisata adalah “safir”/”rihlah”. Sehingga, konteks wisata dalam penelitian ini dapat berlandaskan pada ayat-ayat Al-Qur'an dan hadist yang memiliki kata kata “safir”/”rihlah”. Rihlah itu sendiri berasal dari bahasa arab yang secara literal berarti perjalanan. Menurut Wikipedia, istilah rihlah digunakan untuk praktik menempuh perjalanan panjang bahkan hingga ke luar negeri, atau dengan kata lain sebuah petualangan untuk mencari dan mengumpulkan hadist atau menuntut ilmu agama. Dalam bidang pariwisata, konteks rihlah pernah dikaji dalam Kitab Rihlah “Rihlat Ibn Batutah” dari abad ke-14. Kitab ini mengisahkan tentang perjalanan seorang pancong dari Maroko yang bernama Ibnu Batutah. Namun demikian cerita ini ditulis dan dibukukan oleh Ibnu Juzayy atas permintaan Sultan Abu Inan yang tertarik dengan cerita petualangan Ibnu Batutah ke berbagai Negara⁵⁰.

⁵⁰ Wikipedia, www.wikipedia.com diakses 11 sep 2019.

Dalam buku yang berjudul *Ar-rihlatu fi Islami* yang ditulis oleh Dr Abdul Hakam Ash-Sha'idi, aktifitas dalam ber-rihlah terbagi menjadi beberapa hal yaitu⁵¹:

1. Bepergian untuk mencari keselamatan seperti hijrah yaitu keluar dan Negara yang berbahaya
2. Bepergian untuk tujuan keagamaan seperti menuntut ilmu, mmenunaikan ibadah haji, jihad fii sabilillah, ziarah ke tempat-tempat yang mulia, mengunjungi kerabat atau saudara karena Allah, dan bepergian untuk mengambil ibrah atau menegakkan kebenaran dan keadilan
3. Bepergian untuk kemaslahatan duniawi seperti mencari kebutuhan hidup, mencari nafkah
4. Bepergian karena untuk urusan kemasyarakatan seperti menengahi pertikaian, menyampaikan dakwah dsb.
5. Bepergian untuk kepentingan menenangkan jiwa (rihlah).

Kata 'rihlah' memiliki makna yang erat sekali dengan tujuan dari perjalanan yaitu untuk menenangkan jiwa. Syariah Islam selalu menyerukan agar manusia dalam berupaya meminimalisir kejenuhan dimaksud melalui (salah satu) kegiatan yang disebut rihlah (rekreasi). Sehingga diharapkan melalui kegiatan rihlah ini dapat menghasilkan kebaikan baik didunia maupun diakhirat.

C. Anjuran Alquran dan Sunnah dalam berwisata

Islam menyerukan kepada umatnya untuk melakukan perjalanan pariwisata lebih luas dari tujuan yang dewasa ini diungkapkan dalam masalah kepariwisataan. Dalam Islam kita mengenal istilah hijrah, haji, ziarah, perdagangan, dan mencari ilmu pengetahuan yang merupakan diantara faktor yang dijadikan alasan Islam untuk mendorong umatnya melakukan perjalanan. Keberhasilan manusia dalam mencapai kemajuan di bidang ilmu, teknologi, komunikasi, dan transportasi, telah memberi kemudahan dalam melakukan

⁵¹ Ammer Ibnoe, *Manfaat Rihlah Untuk Meningkatkan Ketaqwaan* dalam Halal Tourism Indonesia. The Halal Wonders <https://wisatahalal.com/2018/12/25/manfaat-rihlah-berwisata-untuk-meningkatkan-ketaqwaan/> Diakses 11 sep 2019.

perjalanan wisata. Dengan demikian kebiasaan melakukan perjalanan wisata memiliki peran yang besar dalam kehidupan suatu komunitas bangsa.

berhijrah merupakan perjalanan ibadah dan politis dalam Islam. Hijrah bisa berupa perjalanan dari satu kota ke kota lain, atau dari negara ke negara lain, atau dari dirinya sendiri untuk menuju Allah Swt untuk perubahan kearah kebaikan. Hijrah biasanya memiliki dua tujuan, yaitu menyebarkan agama Islam atau keluar dari komunitas yang tidak kondusif dan dari wilayah kekuasaan sebuah pemerintahan yang kejam, misalnya kisah hijrahnya ashabul al-Kahfi dikarenakan pemerintahannya kejam. Islam dengan konsep hijrahnya menyerukan kaum muslimin agar ketika kondisi hidupnya tidak memberi kesempatan baginya untuk berkembang dan maju, mereka harus berhijrah ke negeri lain dan membebaskan dirinya dari tekanan pemerintahan yang kejam⁵². Hal ini ditegaskan dalam Qs. Annisa' /4 : 100.

وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَاجِمًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ
يَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكْهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ
عَلَى اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: Barangsiapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka mendapati di muka bumi ini tempat hijrah yang luas dan rezki yang banyak. Barangsiapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), maka sungguh telah tetap pahalanya di sisi Allah. Dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Demikian pula, haji dan ziarah merupakan bentuk perjalanan wisata dalam Islam yang penuh nilai-nilai maknawi. Kaum muslimin pada waktu-waktu yang telah ditentukan melakukan perjalanan meninggalkan tanah air menuju tanah suci. Di sini, kaum muslimin dari berbagai penjuru dunia bertemu dan terjadilah

⁵² Al-Qurthubi Abu Abdullah Muhammad Al-Anshari, *Al-Jami' Li Al-Ahkam al-Quran*, (Dar al-Kutub al Ilmiah, Beirut, 1993 M, juz 3), h. 59.

komunikasi dan pengenalan terhadap berbagai budaya kaum muslimin di dunia. Seruan untuk melakukan perjalanan haji ini Allah swt firmankan dalam Qs. Ali Imran /3 : 97.

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ
الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barang siapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam

Sementara itu, perjalanan wisata ziarah, dilakukan untuk mengunjungi berbagai tempat suci di dunia, seperti mengunjungi tiga masjid Masjid al-Haram Makkah, Masjid Nabawi dan Masjid Al-Aqsa di Palestina, Ziarah ke Maqam Rasulullah dan para sahabat serta maqam Baqi' dan tempat-tempat bersejarah di belahan dunia Islam lainnya. Wisata ziarah akan memberikan pengaruh besar dalam jiwa manusia. Manusia akan terkenang pada kehidupan Rasulullah Saw dan keluarga suci beliau.

Said Quthub berkomentar tentang anjuran dan hikmah wisata ziarah :

*"Dengan cara ini, mereka akan terdorong untuk meneladani kehidupan para manusia suci itu dan selalu berusaha untuk mencapai tingkat manusia yang sempurna atau insan kamil"*⁵³.

Sebagaimana firman Allah Swt dalam Qs. Arrum/30 : 9.

⁵³ Said Quthub, *Fizhila Li al-Quran*, (Dar Syuruq, Cairo, 2001 M), juz 5 h 28.

أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا
 أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ
 رُسُلُهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ

Dan apakah mereka tidak mengadakan perjalanan di muka bumi dan memperhatikan bagaimana akibat (yang diderita) oleh orang-orang sebelum mereka? orang-orang itu adalah lebih kuat dari mereka (sendiri) dan telah mengolah bumi (tanah) serta memakmurkannya lebih banyak dari apa yang telah mereka makmurkan. Dan telah datang kepada mereka rasul-rasul mereka dengan membawa bukti-bukti yang nyata. Maka Allah sekali-kali tidak berlaku zalim kepada mereka, akan tetapi merekalah yang berlaku zalim kepada diri sendiri.

Lain lagi kebiasaan suku Quraisy, mereka terbiasa melakukan perjalanan bisnis ke berbagai negara pada musim dingin ke negeri Yaman dan musim panas ke negeri Syam sehingga Allah Swt mengabadikan mereka dalam satu surat yaitu dalam alquran surat Quraisy /106: 1 – 4. Tauladan kita Rasulullah Saw juga melakukan perjalanan perdagangan ke negeri Syam begitu juga para Sahabat sebagian mereka telah melakukan rihlah tijariyah (perjalanan bisnis).

Begitu juga perhatian Rasulullah Saw terhadap para Sahabat dalam hal menambah wawasan keilmuan atau sebagai penyiar ilmu dan penyebar dakwah, mengutus para sahabat ke negeri-negeri sekitar jazirah arab dan benua lainnya. Seperti mengutus Muaz bin Jabal ke Yaman. Pada masa Khalifah Umar bin Khattab diutuskan Amru bin As untuk menyebarkan Islam di Mesir.

Dalam tradisi keilmuan para ahli hadis dikenal istilah *al-Rihlah fi Thalib Al-Hadis* ⁵⁴, yaitu mereka yang melakukan perjalanan mencari hadis-hadis dari sumbernya, melacak kebenaran suatu hadis, meneliti keadaan Perawi dan melacak Ilalnya (cacat), bahkan mencari satu hadis saja mereka melakukan perjalanan ke berbagai negara dan memakan waktu yang lama. Seperti Muqshid Abi Ayub yang melakukan perjalanan dari Madinah al-Munawwarah menuju Mesir untuk

⁵⁴ Shalah Ibnu, et. al., *Ulum al-Hadis* (Dar Fikr, Damaskus, 1998), h. 256. .

memastikan sebuah hadis yang telah di dengarnya dari Rasulullah Saw ataukah ada sahabat lain yang mendengarnya. Tradisi keilmuan dalam melakukan perjalanan ilmiah dikalangan ahli hadis adalah suatu kewajiban dalam rangka meneliti, melacak dan mendiskusikan suatu hadis, maka tidak jarang diantara mereka melakukan perjalanan dari suatu negara ke negara lain begitu juga perjalanan dari suatu daerah ke daerah lain dalam suatu negara.

D. Pengertian Pariwisata Halal

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha⁵⁵.

Wisata halal adalah kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi dan industri pariwisata yang menyiapkan fasilitas produk, pelayanan dan pengelolaan pariwisata yang memenuhi unsur syariah⁵⁶.

Dalam terminologi syariah, kata halal bermakna sesuatu yang sah menurut hukum atau dibolehkan secara hukum. Dapat dikatakan, bahwa kata halal merupakan sesuatu yang mengacu kepada sesuatu yang dibolehkan secara syariah. Kebalikan dari kata halal adalah haram. Kata halal mengacu kepada sesuatu yang diperbolehkan Allah, sedangkan kata haram mengacu kepada sesuatu yang tidak diperbolehkan. Acuan ini terdapat di dalam alquran maupun sunah. Dengan acuan ini, maka pariwisata halal dapat dimaknai sebagai suatu pariwisata yang menawarkan kepada seorang muslim suatu aktivitas yang belandaskan kepada

⁵⁵Undang-undang Republik Indonesia, *Op. Cit* hlm.3.

⁵⁶ Peraturan Gubernur Nusa Tenggara Barat Nomor 51 Tahun 2015 tentang Wisata Halal, h. 3.

motivasi keIslaman dan merealisasikannya sesuai dengan syariat Islam. Setidaknya ada empat belas surat dan enam belas ayat alquran yang bercerita tentang dukungan untuk berwisata untuk tujuan meningkatkan spriritual (keimanan), sosial, dan manfaat fisik lainnya.

Definisi pariwisata Islami merupakan kegiatan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi syariat Islam. Fasilitas dan layanan yang disediakan tersebut tidak berbeda dengan fasilitas umum lainnya, hanya saja fasilitas dan layanan yang disediakan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Sehingga masyarakat muslim dapat menikmati fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat dengan leluasa⁵⁷.

Pariwisata syariah telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan Organisasi Konferensi Islam (OKI). Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT⁵⁸.

Mengenal wisata halal menjadi bisnis baru sekaligus jawaban bagi para Muslim agar tetap bisa bersenang-senang tanpa melangkahi syariah. Wisata halal melengkapi ladang uang syariah yang sudah duluan mengakar di masyarakat Indonesia dan dunia, yaitu industri keuangan syariah dan makanan halal. Definisi wisata syariah sangat luas dan bukan sekedar wisata religi⁵⁹.

Adapun perbedaan antara wisata religi, syariah, halal:

1. Wisata religi adalah perjalanan wisata berkutat pada kunjungan seperti berziarah,

⁵⁷ Kemenpar. *Kememparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia*. <http://www.kemenpar.go.id> diakses 10 Nopember 2019.

⁵⁸ Haidar Tsany Alim, et. all. *Analisis Potensi Pariwisata Syariah Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif Di Jawa Tengah Dan Yogyakarta*., <http://eprints.undip.ac.id/45828/1/Artikelpdf> diakses 10 Nopember 2019.

⁵⁹ Hery Sucipto dan F Andayani, *Wisata Syariah* (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014), halaman 64.

2. kunjungan ke masjid bersejarah dan hal-hal yang berkaitan dengan keagamaan.
3. Wisata syariah adalah perjalanan wisata berkutat pada kunjungan seperti bertamasya, perjalanan wisata alam yang bersifat syariah.
4. Wisata halal adalah perjalanan wisata berkutat pada penyediaan yang disediakan pada tempat atau lokasi tersebut; hotel, makanan, dan lain-lain yang bersifat halal dan haram.

Ayat Alqur'an yang berisi tentang dukungan wisata untuk tujuan meningkatkan spritual antara lain ada pada Q.S. Ali Imran/3 : 137, Muhammad/47 : 10, Al-Naml/ 27: 69, Al-An'am/6 : 11, An-Nahl/16 : 36, , Al-Hajj/22 : 46, Ghaafir/40 : 21. Ayat Alqur'an yang mendorong wisata untuk tujuan sosial ada pada QS. Yusuf/12 : 109, Al-Rum/30:9, Faathir/35 :44, dan Yunus/10 : 22. Sedangkan ayat Alqur'an yang menunjukkan dukungan wisata untuk alasan fisik yakni QS. Al-Mulk/67 : 15, Lukman: 31, Al-'Ankabut/29 : 20 dan Saba'/34 : 18⁶⁰.

Ayat-ayat tersebut menyatakan bahwa dengan melihat keindahan ciptaan Allah SWT., akan menambah rasa keimanan kepada-Nya dan menunjukkan keagungan-Nya, dan menunjukkan bahwa manusia hanyalah makhluk yang bergantung kepada Allah SWT. Manfaat lain yang dapat dipetik dari melakukan perjalanan sesuai dengan syariah adalah meningkatkan kesehatan dan kebugaran, menurunkan tingkat stress, dan meningkatkan ibadah kepada-Nya. Selain itu, berwisata dapat mendatangkan banyak pengetahuan dan menjadi sarana menguji kesabaran dan ketekunan seseorang.

Dari beberapa ayat diatas sudah jelas bahwa Allah SWT memerintahkan kita selaku khalifah di muka bumi untuk berpariwisata dan mengambil hikmah dari setiap perjalanan yang kita lalui. Nabi Ibrahim juga melakukan perjalanan dari Makkah ke Palestina, Nabi Musa juga pergi dari Mesir ke Madyan, Rasulullah Saw juga melakukan isra mi'raj dari masjidil Haram ke masjidil Aqsa, mendapat perintah untuk hijrah dari Makkah ke Madinah, empat kali melakukan

⁶⁰ Maloud Shakona et. al., *Understanding the traveling behavior of Muslims in the United States*, dalam jurnal International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 9

umroh dari Madinah ke Mekkah, dan satu kali melaksanakan ibadah haji, bahkan ibadah haji menjadi salah satu dari lima rukun Islam. Itu semua dapat dipahami, bahwa Islam menegaskan, mengisyaratkan, mengajarkan, bahkan memerintahkan umatnya untuk banyak melakukan perjalanan, wisata, traveling guna mendapatkan *refreshing* dan pelajaran *moral-spiritual*.

Wisata halal (*halal tourism*) merupakan studi yang mulai berkembang beberapa tahun terakhir. Penggunaan terminologi terkait wisata halal juga beragam dan hingga kini masih menjadi perdebatan. Begitu juga dengan prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal yang belum disepakati. Namun, tersedianya makanan yang halal, produk yang tidak mengandung babi, minuman yang tidak memabukkan (mengandung alkohol), ketersediaan fasilitas ruang ibadah termasuk tempat wudhu, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, petunjuk kiblat dan pakaian staf yang sopan merupakan syarat yang mampu menciptakan suasana yang ramah muslim. Adanya peningkatan wisatawan muslim dari tahun ke tahun merupakan peluang dan tantangan bagi sektor pariwisata untuk mengembangkan wisata halal.

Banyak negara-negara (baik mayoritas muslim maupun non-muslim) berupaya mengembangkan wisata halal. Namun, dilihat dari konsep dan prinsip wisata halal yang ada, negara-negara tersebut umumnya hanya mencoba menciptakan suasana yang ramah muslim. Pengembangan wisata halal perlu untuk dilakukan, salah satunya dengan melakukan berbagai penelitian atau kajian. Hingga kini, penelitian terkait wisata halal masih terbatas, terutama di Indonesia. Salah satu penelitian yang mungkin dapat dilakukan yakni terkait persepsi wisatawan non-muslim terhadap wisata halal.

Wisata Syariah merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma Syariat Islam sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru di dalam industri pariwisata tentunya wisata syariah memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai ke Islaman yang disematkan di dalam kegiatan pariwisata.

Wisatawan Muslim merupakan jumlah wisatawan terbesar di Indonesia yang notabene merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, konsep wisata Syariah merupakan jawaban akan besarnya *untapped market* yang belum tersentuh dengan maksimal. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia maka Indonesia merupakan pasar industri wisata Syariah terbesar di dunia dan sudah seharusnya hal ini disadari oleh pelaku bisnis pariwisata di Indonesia hal ini dikarenakan pengembangan wisata Syariah yang berkelanjutan akan dapat memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pelaku yang terlibat di dalamnya.

Konsep wisata Syariah adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keIslaman ke dalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat Muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata Syariah mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restaurant, hingga aktifitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman⁶¹.

Konsep wisata Syariah merupakan aktualisasi dari konsep ke Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata⁶².

Konsep wisata Syariah dapat juga diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah disaat wisatawan Muslim dapat berwisata serta mengagungi hasil penciptaan Allah SWT (tafakur alam) dengan tetap menjalankan kewajiban sholat wajib sebanyak lima kali dalam satu hari dan semua ini terfasilitasi dengan baik serta menjauhi segala yang dilarang olehNya⁶³.

Fundamental dari wisata Syariah tentunya adalah pemahaman makna halal disegala aspek kegiatan wisata mulai dari hotel, sarana transportasi, sarana makanan dan minuman, sistem keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa

⁶¹ Tourism Review. (2013, April 01), from Tourism-Review: <http://www.tourism-review.com/indonesia-launches-sharia-tourism-projectsnews3638> diakses 10 nop 2019

⁶² Chookaew, S. (2015). *Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country*. Journal of Economics, Business and Management, 739-741.

⁶³ Kamarudin, L. M. (2013). *Islamic Tourism: The Impacts to Malaysia's Tourism Industri*. *ProIceedings of International Conference on Tourism Development*, 397-405.

wisata itu sendiri. Sebagai contoh hotel Syariah tidak akan menerima pasangan tamu yang akan menginap jika tamu tersebut merupakan pasangan yang bukan muhrimnya (tidak dapat menunjukkan surat nikah) selain itu hotel yang mengusung konsep Syariah tentunya tidak akan menjual minuman beralkohol serta makanan yang mengandung daging babi yang diharamkan di dalam Islam. Selain itu pemilihan destinasi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Syariah Islam juga menjadi pertimbangan utama di dalam mengaplikasikan konsep wisata Syariah, setiap destinasi wisata yang akan dituju haruslah sesuai dengan nilai-nilai keislaman seperti memiliki fasilitas ibadah masjid maupun mushola yang memadai, tidak adanya tempat kegiatan hiburan malam serta prostitusi, dan juga masyarakatnya mendukung implementasi nilai-nilai Syariah Islam seperti tidak adanya perjudian, sabung ayam maupun ritual-ritual yang bertentangan dengan ajaran Islam. Satu hal yang harus dipahami bahwasannya wisata Syariah ini tidak harus merupakan wisata religi yang umum berlaku saat ini⁶⁴.

Berdasarkan kondisi psikografi wisatawan maka kelompok besar wisatawan dapat dibedakan berdasarkan kepribadian. Wisatawan berdasarkan sifat mereka, terbuka dan tertutup, tergantung dan mandiri, petualang atau penurut. Ia mengemukakan klasifikasi wisatawan menjadi lima sifat yang disebut psikosentrik, mendekati psikosentrik, midsentrik, mendekati allosentrik dan allosentrik⁶⁵.

Definisi pariwisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO), konsumen wisata syariah bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Kriteria umum pariwisata syariah ialah;

1. Memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum.
2. Memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan.
3. Menghindari kemusyrikan dan khurafat.
4. Bebas dari maksiat.

⁶⁴ Kovjanic, G. (2014). Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development. *Turizam* Vol 18, h. 33-43.

⁶⁵ Suherlan, A. (2011). Laporan Akhir Analisa Wisatawa Timur Tengah.

5. Menjaga keamanan dan kenyamanan.
6. Menjaga kelestarian lingkungan.
7. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal⁶⁶.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara⁶⁷.

Menurut Dinas Pariwisata dan Budaya Aceh secara umum wisata Halal dapat diartikan sebagai kegiatan wisata yang khusus untuk memfasilitasi kebutuhan berwisata ummat Islam, dapat juga dikatakan sebagai paket perjalanan yang mengacu pada aturan hidup umat Islam, baik dari sisi adab mengadakan perjalanan, menentukan tujuan wisata, akomodasi, hingga makanan⁶⁸.

Menurut Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, yang menggunakan istilah wisata Syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan Syariah. Pariwisata Syariah dimanfaatkan sebagai bentuk karakteristik produk dan jasa yang bersifat Universal⁶⁹.

Pariwisata Halal adalah setiap kegiatan atau objek wisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam untuk menggunakan atau ikut terlibat dalam industri pariwisata⁷⁰.

Dalam definisi tersebut mempertimbangkan hukum Islam (Syariah) sebagai dasar untuk memberi produk wisata dan memberi layanan kepada wisatawan, terutama muslim, seperti Hotel dengan konsep halal, restoran halal, biro perjalanan Halal. Definisi ini tidak terbatas pada wilayah penduduk muslim saja. *“The fundamental of Halal tourism includes the components such as Halal*

⁶⁶ Sofyan Riyanto, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*, (Jakarta: Republika, 2012), h. 33.

⁶⁷ Undang-Undang Republik Indonesia. Op. Cit

⁶⁸ Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Aceh: *Sekilas tentang wisata Halal*.
<https://disbudpar.acehprov.go.id/sekilas-tentang-wisata-halal/> diakses 11 Nop 2019.

⁶⁹ Kemenpar: *Kememparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia*. <http://www.kemenpar.go.id> diakses 10 Nopember 2019.

⁷⁰ Battour, M., M.N. Ismail. 2014. *The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism*.

*hotel, Halal transportation, Halal food premises, Halal logistics, Islamic finance, Islamic travel packages, and Halal spa*⁷¹.

Konsep wisata syariah sebagai bentuk kegiatan wisata yang tidak hanya terbatas pada wisata keagamaan, akan tetapi meliputi segala macam bentuk kegiatan wisata yang ada namun dengan mengedepankan prinsip-prinsip Syariah Islam di dalam pengelolaannya, wisata Syariah sebagai suatu dimensi etika di dalam industri pariwisata, yang mengedepankan nilai-nilai moral dan estetika sebagai suatu standar tertinggi yang harus dipatuhi⁷².

Dari sisi industri, wisata halal merupakan suatu produk pelengkap atas pariwisata konvensional. Sehingga, pengembangan pariwisata halal merupakan cara baru untuk mengembangkan pariwisata yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah-daerah yang menjadi destinasi wisata. Istilah wisata halal sering pula disamakan dengan wisata religi. Padahal, wisata halal lebih luas dari wisata religi, yaitu mencakup segala wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam yang tidak hanya untuk wisatawan muslim, tetapi untuk wisatawan non muslim⁷³.

Berbicara mengenai wisata halal, menurut Abdul Kadir Din terdapat 10 komponen ideal yang harus terdapat pada wisata halal yaitu:

1. Awareness atau pengenalan terhadap destinasi wisata yang baik dengan berbagai media promosi;
2. Atractive atau menarik untuk dikunjungi;
3. Accessible atau dapat diakses dengan rute yang nyaman;
4. Available atau tersedia destinasi wisata yang aman;
5. Affordable atau dapat dijangkau oleh semua segmen;

⁷¹ Siti Anis Laderlah, Suhaimi Ab Rahman, Khairil Awang, Yaakob Che Man. (2011) Study on Islamic Tourism: A Malaysian Experience. 2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences IPEDR vol. IACSIT Press, Singapore.

⁷² Priyadi, U. dkk. (2012). *Potensi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Syariah di Kabupaten Sleman*, Tim Peneliti : Unggul Priyadi, Yazid, Eko Atmaji. Potensi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Syariah Di Kabupaten Sleman, h. 319–338.

⁷³ Kelompok Kerja Kemenpar, *Laporan Penelitian Pengembangan Wisata Syariah* (Jakarta: Kemenpar RI, 2015), h. 12

6. A range of accommodation atau akomadasi yang disesuaikan dengan karakter wisatawan;
7. Acceptance atau sikap yang ramah dari masyarakat kepada wisatawan;
8. Agency atau agen yang memastikan paket tour berjalan dengan baik;
9. Attentiveness atau sikap ramah yang diwujudkan dalam bentuk yang atraktif;
10. Acountability atau akuntabilitas untuk memastikan keselamatan, keamanan, dan tidak ada korupsi⁷⁴.

Dari definisi diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa wisata halal merupakan sebuah perjalanan berwisata atau objek wisata yang prosesnya sesuai dengan aturan Islam. Mulai dari perjalanan, penginapan, dan konsumsi merupakan suatu yang sesuai dengan ajaran Islam.

Terdapat perbedaan wisata Religi, wisata Konvensional, wisata Halal (Syariah). Penggunaan istilah wisata halal dalam beberapa artikel secara umum disamakan dengan beberapa istilah, antara lain, Syariah tourism, Islamic tourism, halal trevel, halal friendly tourism destination, muslim- friendly trevel destinations dan lainnya. Secara khusus, wisata halal merupakan kegiatan bisnis (pariwisata halal)⁷⁵.

Menurut Diyanat , dalam Islam penggunaan istilah “halal” merujuk pada semua yang di perintahkan dalam agama dan menjadi pedoman bagi perilaku dan kegiatan umat Islam⁷⁶.

Secara khusus Halal digunakan untuk pengertian semua hal yang dapat di konsumsi menurut alqur'an dan Hadits nabi ⁷⁷.

Kata “ halal “ bermakna sesuatu yang di izinkan dan biasanya di pakai untuk menjelaskan pengertian sah konsep halal dalam Islam memiliki dorongan

⁷⁴ Abdul Kadir Din, *The Ideal Islamic Tourism Packaging: Identifying Its Essential Ingredient*, slide presentation, Sintok: College of Law Government International Studies.

⁷⁵ Jaelani, *Industri wisata halal di Indonesia*: h. 17 .

⁷⁶ Diyanet Isleri Başkanlığı (2011). *Helal (The Halal)*. Retrieved from <http://www.diyanet.gov.tr/turkish/dy/DiniBilgilerDetay.aspx?ID=1884> Diakses Nop 2019.

⁷⁷ Gulen, F. (2011). *Helal lokma ve iffetli nesiller* (Halal bite and virtuous generations). Retrieved from: http://www.herkul.org/kiriktesti/index.php?view=article& article_id =4597 Diakses Nop 2019

yang spesifik seperti untuk melestarikan kemurnian agama, untuk menjaga mentalitas Islam, untuk mempertahankan hidup, untuk melindungi property, untuk melindungi generasi masa depan, untuk menjaga harga diri dan integritas. Juga definisi halal mengacu pada semua aspek kehidupan seperti perilaku yang diperbolehkan, perkataan, perbuatan dan lain-lain⁷⁸.

Selain itu definisi halal di perdalam, karena arti luasnya bias bila digunakan di Timur (Arab) dan dalam konteks yang sempit juga digunakan di Barat. Syariah adalah sistem moral hidup yang tidak terbatas pada persyaratan makanan yang boleh dikonsumsi dan terus berkembang dalam kaitannya dengan penduduk muslim. Oleh karena itu, konsep halal itu penting untuk menjadi bagian dari mereka. Tidak hanya elemen mereka saja, melainkan juga dari sistem kepercayaan, kode etik-moral dalam kehidupan sehari-hari⁷⁹.

Di dalam Islam, ziarah kubur masih dianggap sebagai perbuatan baik (sunnah) secara Bahasa ziarah dapat diartikan kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup, atau sudah meninggal melalui kuburannya, kegiatan tersebut lazim disebut ziarah kubur. Dari sinilah muncul istilah wisata Religi yang berarti juga wisata ziarah.

Wisata Religi menunjukkan aktivitas perjalanan dengan tujuan keagamaan dan dilakukan oleh umat beragama baik itu Islam, Kristen atau pemeluk agama lain dengan mengunjungi tempat-tempat suci agama atau tokoh agama. Pengertian tersebut melekat pada makna ziarah, sehingga bisa disebut wisata Syariah sebagai aktivitas ekonomi jika yang melakukan perjalanan adalah muslim. Wisata religi juga dapat berfungsi untuk menyebut suatu kegiatan yang memiliki tujuan sesuai dengan prinsip Islam seperti haji, umroh dan sebagainya⁸⁰.

Wisata religi dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan Muslim ketika menuju satu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun

⁷⁸ Ijaj, A. 2011. *Halal concept & brands*. Retrieved from <http://halal-brands.blogspot.fi> diakses Nopember 2019

⁷⁹ *ibid*

⁸⁰ Jaelani, *Industri wisata halal di Indonesia*: h. 17

dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi agama. Perlu dicatat bahwa kegiatan tersebut harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu halal⁸¹.

Definisi wisata Syariah lebih luas dari wisata religi, yaitu wisata yang di dasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang sudah di anjurkan oleh WTO (world Tourism Organization) konsumen darwisata Syariah/halal bukan hanya muslim, tapi juga non muslim⁸².

E. Perbedaan Pariwisata Halal dengan Pariwisata Lainnya

Di atas telah dijelaskan mengenai pengertian wisata, pariwisata, dan kepariwisataan menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, tentang Kepariwisata. Juga telah dijelaskan definisi mengenai pariwisata halal. Titik perbedaannya terletak pada motivasi atau dalam Islam dikenal dengan niat wisatawannya. Jika niatnya adalah untuk meningkatkan keimanan, mendekatkan diri kepada Allah, mengagungkan-Nya, dan memetik pelajaran dari perjalanan yang ada, maka pariwisata tersebut dapat digolongkan kepada pariwisata halal. Adapun sebaliknya, jika kegiatan wisata hanya untuk bersenang-senang tanpa ada motivasi mendekatkan diri dan beribadah kepada-Nya, maka pariwisata tersebut tidak dapat digolongkan kepada pariwisata halal. Untuk lebih jelasnya, pada tabel di bawah ini dijelaskan perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata lainnya⁸³.

Tabel 2. 1 : Perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata lainnya

No	Objek Perbandingan	Pariwisata Konvensional	Pariwisata Religi	Pariwisata Halal
1	Objek Kuliner	Alam, Budaya dan Heritage	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan	Meningkatkan

⁸¹ Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. C. (2009). *Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The cases of Iran and Saudi Arabia*. International Journal of Tourism Research, 12(1)

⁸² Sofyan Riyanto, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*, (Jakarta: Republika, 2012), h. 33.

⁸³ Ngatawi al Zaztrow dalam Heri Sucipto dan Fitria Andayani, *Wisata Syariah: Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangannya*, (Jakarta: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014), h. 44

			spiritual	spiritual religiusitas dengan cara menghibur
3	Target	Semata-mata hanya untuk hiburan (memuaskan nafsu kesenangan dan kepuasan)	Menguasai spiritual yang bisa menyenangkan dan menentramkan jiwa	Memenuhi keinginan dan kesenangan, serta menumbuhkan kesadaran akan suatu keyakinan hidup dan kelangsungan pribadi.
4	Pemandu Wisata	Memahami dan menguasai informasi dan menjelaskan-nya semenarik mungkin	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik terhadap objek sekaligus membangkitkan spirit kesadaran hidup beretika, mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah, dijelaskan semenarik mungkin, sehingga wisatawan faham apa peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin
5	Fasilitas ibadah	Sekedar pelengkap	Termasuk dalam perjalanan	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual ibadah menjadi paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal. Unsur haram tidak terkandung dalam kulinernya
7	Relasi dengan	Komplementer dan	Komplementer	Terintegrasi dan

	masyarakat	semata-mata mengejar keuntungan	dan semata-mata mengejar keuntungan	berinteraksi berdasarkan prinsip-prinsip syariah
8	Agenda perjalanan	Mengabaikan waktu,semata-mata demi mengejar keuntungan	Komplementer demi mengejar keuntungan	Terintegrasi dan berinteraksi berdasarkan prinsip-prinsip syariah

Terlihat jelas sekali perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata lainnya. Pariwisata halal lebih menekankan kepada pelaksanaan dan pemenuhan unsur syariah dari setiap kegiatan atau aktivitas wisata. Unsur-unsur yang dilarang dalam Islam sangat tidak ditolerir dalam pariwisata halal. Di sinilah sebenarnya letak keunggulan pariwisata halal yang tidak dimiliki oleh jenis pariwisata-pariwisata lainnya.

Panduan umum dan kriteria halal bagi wisatawan dan industri usaha produk atau jasa pariwisata seperti akomodasi, usaha penyedia makanan dan minuman, biro perjalanan wisata, jasa pramuwisata dan transaksi wisata mengaktualisasikan nilai-nilai ke-Islaman pada produk, pelayanan dan pengelolaannya sesuai dengan ketentuan agama Islam. Meskipun begitu, segala bentuk produk dan jasa pariwisata yang berkriteria halal adalah bersifat universal sehingga dapat diimplementasikan dan dinikmati oleh semua kalangan. Karena pada prinsipnya segala sesuatu yang halal sudah pasti memperhatikan aspek - aspek seperti kesehatan, keamanan, kebaikan, keselamatan, keadilan dan style yang seluruhnya merupakan bagian dari kebutuhan umat manusia. Potensi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan kelembagaan pariwisata seluruhnya sudah dalam kondisi yang baik dan siap untuk mendukung pengembangan destinasi wisata halal. Seperti potensi daya tarik wisata alam, budaya dan buatan manusia.

Aksesibilitas jalur darat, laut dan udara sudah sangat memadai dan mudah untuk diakses. Amenitas pariwisata seperti akomodasi, restaurant halal, sarana ibadah, sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana pusat perbelanjaan, sarana olahraga dan sarana penunjang lainnya sudah memiliki sistem yang saling bersinergi antara pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata dan masyarakat.

Dalam pariwisata halal, syariat Islam selalu mengikat segala aktivitas dan kegiatan seorang wisatawan muslim. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pariwisata halal. Seperti makanan dan minuman halal, pemisahan antara laki-laki dan perempuan, ketersediaan tempat ibadah adanya mahram bagi wisatawan perempuan, kewajiban menutup aurat dan lain sebagainya.

Menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) ada tiga kriteria wisata halal yang menjadi acuan standar wisata halal di dunia, berikut rincianya⁸⁴.

1. Destinasi yang aman serta ramah bagi keluarga, aman serta ramah keluarga mencakup
 - a. Destinasi wisata harus ramah keluarga
 - b. Keamanan umum bagi wisatawan muslim
 - c. Jumlah kedatangan wisatawan muslim yang cukup ramai
2. Layanan dan fasilitas di destinasi wisata yang ramah muslim
 - a. Pilihan makanan dan jaminan halalnya
 - b. Akses ibadah yang mudah dan baik
 - c. Fasilitas di bandara yang ramah muslim
 - d. Serta opsi akomodasi yang memadai.
3. Kesadaran halal dan pemasaran destinasi
 - a. Kemudahan komunikasi
 - b. Jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisatawan muslim
 - c. Konektivitas transportasi udara
 - d. Serta persyaratan visa

Melalui tim percepatan pengembangan pariwisata halal Indonesia pada pelatihan kompetisi SDM kepariwisataan bidang ke pemanduan Wisata (halal

⁸⁴ Noviasyahidah. 25 jan 2017: *Apa Sih Wisata Halal?*.
<https://www.kompasiana.com/noviasyahidah/588872073097731407c94ce7/apa-sih-halal?page=all> di akses Nopember 2019.

Tourism) menjelaskan tentang kriteria Destinasi wisata halal kementrian pariwisata republik Indonesia sebagai acuan penilaian sebagai berikut: ⁸⁵

1. Fasilitas Umum

a. Toilet Umum

- 1). Memiliki kelegkapan bersuci dengan air
- 2). Urinoir ada pembatas antara satu dengan yang lain
- 3). Urinoir memiliki tombol bidet sower
- 4). Kloser memiliki hand shower

b. Masjid/Musholla

- 1). Ruangan ibadah dalam keadaan bersih dan terawat
- 2). Pencahayaan cukup terang
- 3). Memiliki sirkulasi udara yang baik dengan AC atau Kipas angin
- 4). Tersedia arah petunjuk kiblat dan jadwal waktu sholat
- 5). Tersedia perlengkapan sholat berupa sajadah dan mukena yang bersih dan terawat
- 6). Tersedia pembatas ruang sholat pria dan wanita
- 7). Tersedia tempat berwudhu dalam kondisi bersih dan terawat
- 8). Tempat berwudhu terpisah untuk pria dan wanita
- 9). Tersedia air bersih yang memadai untuk berwudhu
- 10). Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu yang baik
- 11). Tersedia beberapa sandal bila tempat berwudhu terpisah dengan tempat ibadah
- 12). Terdapat petunjuk arah menuju tempat ibadah

2. Fasilitas pariwisata

- a. Jasa Kawasan wisata yaitu memiliki image yang positif dan aman.
- b. Jasa makanan dan minuman, yaitu tersedia pilihan jajanan / oleh-oleh bersertifikat halal

⁸⁵ Adidaya, Yoza Achmad. 2016. *Halal in Japan: History, Issues and Problems*. Departement of Culture Studies and Oriental Language. University of Solo.

- c. Jasa makanan dan minuman lainnya yaitu tersedia pilihan restoran dan café halal hilal 1 dan atau hilal 2
- d. Jasa akomodasi tersedia pilihan hotel halal hilal 1 dan atau hilal 2
- e. Jasa hiburan dan rekreasi tersedia pilihan jasa hiburan dan rekreasi tidak mengarah pada pornoaksi dan pornografi
- f. Jasa pramuwisata tersedia pramuwisata yang telah mendapatkan pelatihan tentang pariwisata halal dari Lembaga yang telah diakui oleh DSN MUI
- g. Spa tersedia pilihan spa halal hila 1 dan hilal 2
- h. Biro perjalanan Wisata (BPW) yaitu tersedia pilihan BPW halal hilal 1 dan hilal 2.

Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip Syariah menjelaskan tentang ketentuan destinasi wisata yang sesuai prinsip syariah, antara lain⁸⁶

- a. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk
 - 1). Mewujudkan kemaslahatan umum
 - 2). Pencerahan, penyegaran dan penenangan
 - 3). Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan
 - 4). Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif
 - 5). Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan
 - 6). Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip Syariah.
- b. Destinasi wisata wajib memiliki:
 - 1). Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan Syariah
 - 2). Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat halal MUI.

⁸⁶ MUI . Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang : *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*. <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah> diakses Nopember 2019

c. Destinasi wisata wajib terhindar dari:

- 1). Kemusyrikan dan khurafat
- 2). Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba, dan judi
- 3). Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan prinsip prinsip Syariah.

Penelitian ini merupakan sinergi antara Ekowisata dan Pariwisata Halal, sehingga peneliti yang menyebutnya sebagai Ekowisata Halal. Produk dan layanan, objek, dan tujuan pariwisata halal adalah sebagaimana dengan pariwisata umum selama itu tidak sebaliknya dengan nilai dan etika Islam syariah.

Ekowisata adalah perjalanan wisata ke suatu lingkungan baik alam yang alami ataupun buatan serta budaya yang ada yang bersifat informatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial-budaya. Ekowisata menitikberatkan pada tiga hal utama yaitu, keberlangsungan alam atau ekologi, memberi manfaat ekonomi, dan secara psikologis dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat⁸⁷.

Ekowisata halal adalah pelaksanaan Pariwisata halal di lokasi ekowisata sehingga wisatawan Muslim dan non-Muslim dapat merasakan keamanan, kenyamanan, dan juga mendapatkan suasana spiritual di lokasi pariwisata. Wisatawan muslim dapat menemukan tempat untuk berdoa, makanan halal dan minuman, pakaian layak, aman dari kejahatan apa pun, mendapatkan suasana spiritual, dan juga membantu konservasi lingkungan. turis Muslim dan non-Muslim dapat membuat alam untuk lebih dekat dengan Tuhan. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa peserta sangat mengakui pentingnya kolaborasi bisnis dalam mengelola wisata alam berdasarkan pada pariwisata halal. Kerjasama ini akan berlangsung lama jika masing-masing pihak tetap percaya satu sama lain sesuai dengan perjanjian kerjasama yang telah dibina selama ini. Mereka percaya bahwa dengan kolaborasi yang kuat antara lembaga, itu akan dapat memberikan manfaat saling kelemahan dan dapat bersinergi dengan baik.

⁸⁷ Hakim, Luchman, *Dasar dasar Ekowisata*, (Malang : Bayumedia Publishing, 2004).

penggunaan konsep ini dapat memberikan sumbangsih besar terhadap pendapatan daerah dan atau dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat, khususnya masyarakat miskin yang tinggal di sekitar tempat wisata. Pemerintah daerah dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk membuka usaha-usaha kecil. Pengembangan wisata pantai syari'ah dilakukan dengan berbagai strategi, salah satunya dengan promosi melalui media cetak, media komunikasi, media periklanan dan strategi lainnya. Strategi dengan analisis SWOT juga dapat diterapkan untuk mengembangkan obyek wisata dengan melihat faktor kekuatan terhadap pasar, kelemahan, peluang bersaing dan ancaman yang dapat ditimbulkan.

F. Potensi Wisata

Potensi dapat diartikan perubahan bentuk permukaan bumi yang ditimbulkan oleh proses alam yaitu tenaga endogen, misalnya pegunungan, danau, sungai atau bentuk lain. Potensi obyek wisata juga terjadi karena suatu proses yang dapat disebabkan budidaya manusia⁸⁸. Tempat wisata harus mempunyai suatu potensi ekologis yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Potensi dapat berasal dari alam yang alami daritempat tersebut, dalam hal ini stakeholder yang bertanggung jawab atas obyek wisata tersebut. Faktor pendorong pengembangan potensi obyek wisata adalah kondisi fisik, aksesibilitas, pemilikan, dan penggunaan lahan, hambatan dan dukungan serta faktor-faktor lain seperti upah tenaga kerja dan stabilitas politik. Di bawah ini akan disebutkan faktor-faktor pendorong potensi wisata, diantaranya:⁸⁹

1. Kondisi fisik berupa iklim, tanah, batuan dan morfologi, hidrosfer, flora, dan fauna.
2. Atraksi dan obyek wisata yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, seperti tari-tarian, nyanyian, kesenian daerah, upacara adat, dan lain sebagainya.

⁸⁸ Sujali, *Geografi Pariwisata dan Kepariwisataaan*, (Yogyakarta: Fakultas MIPA Universitas Gadjah Mada, 1989), h. 19.

⁸⁹ Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi Publishing, 1997), h. 19.

3. Aksesibilitas berkaitan dengan usaha pencapaian tempat wisata. Semakin mudah tempat tersebut dicapai maka semakin banyak pengunjung yang berminat datang.
4. Pemilikan dan penggunaan lahan dapat mempengaruhi lokasi tempat wisata antara lain lahan negara, lahan masyarakat dan lahan pribadi.
5. Sarana dan prasarana wisata seperti transportasi, biro perjalanan wisata, hotel atau penginapan dan rumah makan. Sedangkan prasarana wisata adalah segala fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan yang beraneka ragam.
6. Kesadaran masyarakat.

G. Accessibility (Aksesibilitas)

Pengertian *Access* / akses adalah : kemampuan untuk mendapatkan manfaat dari sesuatu atau hak untuk memperoleh sesuatu kekuasaan⁹⁰.

Sedangkan definisi akses adalah hak untuk memasuki, memakai dan memanfaatkan kawasan atau zona tertentu⁹¹.

Kata akses merupakan kosa kata dalam Bahasa Indonesia yang diserap dari Bahasa Inggris yaitu *access* yang berarti jalan masuk. Akses berarti jalan atau izin masuk dari suatu tempat / wilayah baik yang dapat dilihat dengan mata ataupun tidak dimana kita dapat berhubungan dengan sumber daya yang ada didalam wilayah tersebut sesuai dengan izin yang dimiliki.

Salah satu komponen infrastruktur yang penting dalam destinasi adalah aksesibilitas. Aksesibilitas yang baik merupakan aspek yang penting bagi tumbuh dan berkembangnya sebuah pariwisata. Aksesibilitas adalah “... *should be possible by public transport and bicycle trails, by pedestrian paths (from neighborhoods) and by cars (mainly families, with an average of three persons/car)*”⁹².

⁹⁰ Ribot, J.C and Peluso, N.L. 2003. A Theory of Access. *Rural Sociology*

⁹¹ Schlager E, Ostrom E. 1992. *Property-rights regimes and natural resources: A conceptual analysis*. *Land Economics* 68(3):249-262`

⁹² Bovy, M.Baud and Lawson, Fred R. (1998). *Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design*. Oxford: Architectural Press.

Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju destinasi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata. Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Selain transportasi yang berkaitan dengan aksesibilitas adalah prasarana meliputi jalan, jembatan, terminal, stasiun dan bandara. Prasarana berfungsi untuk menghubungkan tempat satu ke tempat yang lain. Aspek fisik dalam aksesibilitas menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu dan frekuensi transportasi umum. Jaringan jalan memiliki dua peran penting dalam kegiatan pariwisata, yaitu:⁹³

1. Sebagai alat akses, transport, komunikasi wisatawan dengan atraksi rekreasi dan fasilitas.
2. Sebagai cara untuk melihat-lihat (*sightseeing*) dan menemukan tempat, jadi perencanaan dan penentuan pemandangan yang dilihat selama perjalanan berperan cukup penting untuk memberi kualitas aksesibilitas yang menunjang wisata

Selain aspek fisik diatas, aspek non fisik berperan penting dalam mendukung kualitas aksesibilitas yang mendukung wisata. Aspek non fisik ini mencakup keamanan sepanjang jalan dan waktu tempuh dari tempat asal menuju ke destinasi.

Accessibility merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Di sisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

⁹³ *Ibid.*

Dalam melaksanakan pembangunan prasarana wisata perlu disesuaikan dan mempertimbangkan kondisi dan lokasi yang akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang pada waktunya dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri, selain itu juga diperlukan koordinasi dan dukungan antar instansi terkait.

Sedangkan Mill menyatakan "*accessibilities of the tourist destination*", sebagai semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW)⁹⁴.

Jika suatu obyek tidak di dukung aksesibilitas yang memadai maka obyek yang memiliki atraksi tersebut sangat susah untuk menjadi industri pariwisata, aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Yang membuat suatu kawasan lebih banyak di kunjungi adalah sarana akses seperti infrastruktur jalan, obyek dekat dengan bandara dan ada transportasi untuk menuju DTW (daerah tujuan wisata). Oleh karena itu, tingkat kemudahan pencapaian ke daerah wisata tersebut akan mempengaruhi perkembangan suatu daerah wisata⁹⁵.

Persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat objek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan. Oleh karena itu harus selalu ada:⁹⁶

1. Akses informasi
2. Akses kondisi jalan menuju objek wisata
3. Terminal.

Aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait⁹⁷.

⁹⁴ Mill, Robert Christie. 2000. *Tourism, The International Business*: Terjemahan Tri Budi Satrio. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo

⁹⁵ A. Yoeti, Oka. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*.

⁹⁶ Soekadijo, *Anatomi Pariwisata*. h., 306

⁹⁷ Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.

Faktor-faktor yang memungkinkan terjadinya transferabilitas adalah konektivitas antar daerah yang satu dengan daerah yang lain, tidak adanya penghalang yang merintangi adanya transferabilitas antar daerah, tersedianya sarana angkutan antar daerah.

Aksesibilitas merupakan cara untuk menyediakan sarana transportasi publik bagi wisatawan yang berpengaruh terhadap biaya, waktu dan jarak tempuh serta kenyamanan ketika berwisata. Aksesibilitas terdiri berbagai infrastruktur dan sarana transportasi publik yaitu, tempat parkir, terminal bus, bandara, stasiun kereta api, pelabuhan, dermaga, bus wisata, taksi, pesawat terbang, kereta api, kendaraan pribadi, kapal samudra, kapal ferry, kapal pesiar, jalan raya, jalan tol dan lain-lain.

Dalam pariwisata, para wisatawan harus datang ke daerah dimana terdapat produk wisata untuk mengkonsumsi produk-produk wisata tersebut terutama objek dan daya tarik wisata. Jarak dan ketersediaan sarana dan prasarana transportasi ke daerah wisata merupakan hal terpenting. Jenis, volume, tarif dan frekuensi moda angkutan ke dan dari daerah wisata akan berpengaruh kepada jumlah kedatangan wisatawan. Kenyamanan selama perjalanan menuju daerah wisata dan kawasan wisata harus diperhatikan.

1. Kesiapan Bandara

Bandar udara atau bandara memiliki pengertian yang berasal dari kata "bandar" (tempat berlabuh) dan "udara" Bandar udara adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan) yang diperuntukkan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat⁹⁸. Maka arsitektur bandara dapat diartikan sebagai suatu wadah yang berfungsi menampung perpindahan orang atau barang dari suatu mode angkutan ke kendaraan udara atau sebaliknya. Di dalamnya menyangkut bangunan terminal (terminal building), tempat parkir pesawat terbang (apron), parkir kendaraan darat, jalan, jalur hijau.

Sedangkan definisi bandar udara menurut PT (persero) Angkasa Pura adalah "lapangan udara, termasuk segala bangunan dan peralatan yang merupakan

⁹⁸ Aerodromes, *Annex 14 to The Convention on International Civil Aviation*, Vol 1: Aerodrome Design and Operations, International Civil Aviation Organization (ICAO), Montreal, Canada, 1990..

kelengkapan minimal untuk menjamin tersedianya fasilitas bagi angkutan udara untuk masyarakat"⁹⁹.

Bandara adalah wajah Indonesia yang paling depan. Melalui bandara itulah para wisatawan mancanegara akan melihat seberapa indah dan ramahnya Indonesia. Penerbangan merupakan moda transportasi yang sangat penting bagi perkembangan pasar wisata terutama untuk perjalanan jarak jauh dan melintas bumi (internasional), kemudian berkembang ke penerbangan jarak menengah bahkan jarak pendek. Pengembangan di sektor penerbangan mempunyai implikasi yang penting bagi perkembangan pasar wisata. Sehingga dipahami bahwa perjalanan untuk wisata mempunyai karakteristik yang berbeda dengan perjalanan bisnis maupun tipe perjalanan yang lain. Penerbangan juga membuka peluang bagi peningkatan sektor-sektor ekonomi yang berhubungan dengan kepariwisataan. Karena itulah pembenahan bandara adalah hal mendesak yang harus dilakukan bila kita ingin menyambut kedatangan wisatawan manca negara. Karena itu, pemerintah harus segera membenahi beberapa bandara yang menjadi pintu masuk wisatawan.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dalam penerimaan devisa negara untuk pembangunan nasional. Sebagai akibat dari meningkatnya potensi pariwisata, sektor pariwisata membutuhkan dukungan infrastruktur untuk aksesibilitasnya. Aksesibilitas wisatawan khususnya wisatawan mancanegara dapat dipermudah dengan mempertimbangkan penyediaan bandar udara internasional.

2. Kesiadaan Terminal Bus

Terminal adalah salah satu komponen dari sistem transportasi yang mempunyai fungsi utama sebagai tempat pemberhentian sementara kendaraan umum untuk menaikkan dan menurunkan penumpang dan barang hingga sampai ke tujuan akhir suatu perjalanan, juga sebagai tempat pengendalian, pengawasan, pengaturan dan pengoperasian sistem arus angkutan penumpang dan barang, disamping juga berfungsi untuk melancarkan arus angkutan penumpang atau

⁹⁹ Nur Fatin. 12 juni 2016: *Pengertian Dan Fungsi Bandar Udara*.
<http://seputarpengertian.blogspot.com/2016/06/pengertian-dan-fungsi-bandar-udara.html> diakses Nopember 2019.

barang. Terminal Penumpang adalah prasarana transportasi jalan untuk keperluan menurunkan dan menaikkan penumpang, perpindahan intra dan/atau antar moda transportasi serta mengatur kedatangan dan pemberangkatan kendaraan umum. Sedangkan Terminal Barang adalah prasarana transportasi jalan untuk keperluan membongkar dan memuat barang serta perpindahan intra dan/atau antar moda transportasi¹⁰⁰.

Sesuai dengan fungsinya sebagai tempat pemberhentian sementara (transit) maka di dalam terminal akan terjadi perpindahan penumpang atau barang dari satu jenis angkutan ke jenis moda angkutan yang lainnya, sehingga tuntutan efisiensi dari suatu perjalanan bisa tercapai

Berdasarkan tuntutan tersebut maka suatu terminal harus mampu menampung, menata dan mengendalikan serta melayani semua kegiatan yang terjadi akibat adanya perpindahan kendaraan, penumpang maupun barang sehingga semua kegiatan yang ada pada terminal dapat berjalan lancar, tertib, teratur, aman dan nyaman. Agar terminal mampu memberikan pelayanan yang baik bagi penggunanya, maka perlu disediakan fasilitas-fasilitas yang diperuntukkan bagi pengguna jasa terminal. Fasilitas-fasilitas tersebut perlu disediakan dalam jumlah yang cukup dan harus dijaga agar tetap mampu memberikan pelayanan bagi pengguna jasa terminal sesuai dengan fungsinya.

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Untuk kesiapan objek-objek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun dengan disesuaikan lokasi dan kondisi objek wisata yang bersangkutan¹⁰¹.

3. Ketersediaan stasiun Kereta Api

¹⁰⁰ Menteri Perhubungan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 31 Tahun 1995 Tentang : *Terminal Transportasi Jalan* Bab I. Pasal 1,2
file:///C:/Users/PC/Downloads/km31tahun1995.pdf di akses 18 Nop 2019.

¹⁰¹ Suwanto, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta. h.12.

Stasiun dalam konteks terminal pemberangkatan dan pemberhentian kereta api dalam kaitannya sebagai angkutan manusia maupun barang dapat didefinisikan menjadi beberapa pengertian diantaranya adalah :

- a. Stasiun adalah tempat kereta api berangkat dan berhenti untuk melayani naik dan turunnya penumpang dan/atau bongkar muat barang dan/atau untuk keperluan operasi kereta api¹⁰².
- b. Stasiun sebagai tempat kereta api berangkat, mengangkut penumpang (manusia atau bisa juga hewan) dan barang¹⁰³.
- c. Stasiun sebagai tempat kereta api bersilang, menyusul atau disusul¹⁰⁴.

Stasiun Kereta Api menjadi kebutuhan utama yang diperlukan dalam pengadaan moda transportasi kereta api. Stasiun juga memiliki berbagai fungsi yang menjadi bagian dari keberadaannya sebagai fasilitas umum.

Fungsi stasiun adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai alat angkutan umum untuk penumpang dan barang
- b. Sebagai penghubung satu tempat ke tempat lainnya yang sulit dijangkau oleh alat transportasi lain
- c. Tempat untuk memuat dan membongkar barang hantaran
- d. Tempat pengisian bahan bakar
- e. Tempat penitipan barang sementara untuk penumpang
- f. Tempat untuk memberikan kesempatan kepada kereta lainnya untuk saling menyusul dan bersilang¹⁰⁵.

Fungsi utama stasiun yang disebutkan dalam UU No.23 Tahun 2007 stasiun berfungsi sebagai tempat kereta api berangkat atau berhenti untuk melayani : ¹⁰⁶

- a. Naik turun penumpang
- b. Bongkar muat barang

¹⁰² Undang-undang No. 13 tahun 1992 Pasal 19 tentang Perkeretaapian.

¹⁰³ Handinoto. 1999. "*perletakan Stasiun Kereta Api dalam Tata Ruang Kota-kota di Jawa (Khususnya Jawa Timur) pada Masa Kolonial*". Dimensi Teknik Arsitektur. Vol.27 No.2. Desember. 1999. Hal 48-56.

¹⁰⁴ Ibid

¹⁰⁵ Alamsyah, Alik Ansyori. 2003. Rekayasa Jalan Rel. Malang : Bayu Media.

¹⁰⁶ Undang-undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2007

c. Keperluan operasi kereta api

Selain memenuhi kebutuhan fungsi utama sebagai tempat naik atau turunnya penumpang dan/atau bongkar muat barang, di stasiun dapat dilakukan kegiatan usaha penunjang angkutan kereta api seperti usaha pertokoan, restoran, perkantoran, perhotelan (UU No.13 Tahun 1992). Kebijakan ini mengundang timbulnya fungsi komersial dalam stasiun¹⁰⁷.

Stasiun sebagai sebuah tempat prasarana dari pemberhentian dan pemberangkatan kereta api memiliki berbagai fasilitas ruang dalam yang berbeda beda sesuai dengan pengelompokan jenis maupun kapasitas stasiun tersebut. Ruang ruang dalam stasiun terbagi menjadi 3 macam, yaitu sebagai berikut :¹⁰⁸

a. Stasiun kecil

- 1). Ruang kepala stasiun
- 2). Ruang tunggu
- 3). Emperan penumpang/Peron
- 4). Ruang tiket
- 5). Gudang barang
- 6). Toilet

b. Stasiun sedang

- 1) Ruang kepala stasiun
- 2) Ruang tiket
- 3) Restoran (tempat Makan)
- 4) Ruang tunggu kelas 1,2 dan 3
- 5) Toilet
- 6) Gudang barang
- 7) Emperan penumpang/Peron

c. Stasiun besar

- 1) Ruang kepala stasiun

¹⁰⁷ Undang-undang Republik Indonesia nomor 13 tahun 1992.

¹⁰⁸ J. Honing. 1981. Ilmu Bangunan Jalan Kereta Api. Pradnya Paramita, Jakarta.

- 2) Ruang wakil kepala stasiun
- 3) Ruang staff stasiun
- 4) Reservasi tiket
- 5) PPKA (Pimpinan perjalanan kereta api)
- 6) POLSUSKA
- 7) Ruang tiket
- 8) Restoran (tempat Makan)
- 9) Ruang tunggu kelas 1 dan 2
- 10) Ruang tersendiri kelas 3
- 11) Toilet
- 12) Gudang barang
- 13) Emperan penumpang

Pembangunan stasiun kereta api memiliki beberapa persyaratan mendasar yang sudah diatur dalam Permen, diantaranya adalah tentang persyaratan umum pembangunan stasiun kereta api lokasinya harus sesuai dengan pola operasi perjalanan kereta api, menunjang operasional sistem perkeretaapian, tidak mengganggu lingkungan, memiliki tingkat keselamatan dan keamanan berdasarkan ketentuan yang berlaku. Untuk persyaratan teknis umum pembangunan stasiun kereta api ditekankan kepada kesesuaian konstruksi, material, desain, ukuran dan kapasitas bangunan dengan standar kelayakan, keselamatan dan keamanan serta kelancaran sehingga seluruh bangunan stasiun dapat berfungsi secara handal dalam kurun waktu sesuai umur teknis bangunan. Penyusunan standarisasi stasiun dibagi menjadi beberapa jenis bangunan. Pengelompokan ini untuk mengelompokkan antara kebutuhan ruang pokok stasiun dan ruang-ruang tambahannya.

Gedung pokok stasiun adalah gedung yang berfungsi untuk menunjang kegiatan pokok di stasiun. Gedung untuk kegiatan pokok, yang terdiri atas :¹⁰⁹

- a. Hall
- b. Perkantoran kegiatan stasiun

¹⁰⁹ Peraturan Menteri Perhubungan Nomor : PM 29 Tahun 2011 tentang Persyaratan Teknis Bangunan Stasiun Kereta Api.

- c. Locket karcis
- d. Ruang tunggu
- e. Ruang informasi
- f. Ruang fasilitas umum
- g. Ruang fasilitas keselamatan
- h. Ruang fasilitas keamanan
- i. Ruang fasilitas penyanggah cacat dan lansia; dan
- j. Ruang fasilitas kesehatan

Perancangan gedung pokok stasiun memiliki standarisasi tersendiri yang sudah diatur pemerintah untuk optimalisasi kinerja stasiun. Beberapa persyaratan gedung pokok stasiun adalah :

- a. Lokasi sesuai dengan pola operasi perjalanan kereta api.
- b. Menunjang operasional sistem perkeretaapian.
- c. Tata letak ruang sesuai dengan alur proses kedatangan dan keberangkatan penumpang kereta api serta tidak mengganggu pengaturan perjalanan kereta api.
- d. Tidak mengganggu lingkungan.
- e. Terjamin keselamatan dan keamanan operasi kereta api.

Untuk melengkapi kinerja sebuah stasiun maka dibutuhkan gedung penunjang. Gedung ini berfungsi untuk menunjang kegiatan usaha penunjang di stasiun. Gedung untuk kegiatan penunjang stasiun kereta api, yang terdiri atas :

- a. Pertokoan
- b. Restoran
- c. Perkantoran
- d. Perpustakaan
- e. Perhotelan
- f. Ruang lain yang menunjang langsung kegiatan stasiun kereta api.

Selain itu pada sebuah gedung stasiun juga diperlukan fasilitas gedung untuk jasa pelayanan khusus. Gedung pelayanan khusus ini berfungsi untuk menunjang kegiatan jasa pelayanan khusus di stasiun. Gedung untuk kegiatan jasa pelayanan khusus di stasiun kereta api, yang terdiri atas:

- a. Ruang tunggu penumpang
- b. Bongkar muat barang
- c. Pergudangan
- d. Parkir kendaraan
- e. Penitipan barang
- f. Ruang atm
- g. Ruang lain yang menunjang baik secara langsung maupun tidak langsung kegiatan stasiun kereta api.

Kedua jenis gedung pelengkap stasiun berfungsi sebagai pelengkap gedung pokok. Gedung –gedung ini memiliki persyaratan tersendiri dalam perancangan, diantaranya adalah :

- a. Lokasi sesuai dengan pola operasi stasiun kereta api.
- b. Tata letak ruang tidak mengganggu alur proses kedatangan dan keberangkatan penumpang kereta api dan pengaturan perjalanan kereta api.
- c. Menunjang kegiatan stasiun kereta api dalam rangka pelayanan pengguna jasa stasiun.
- d. Terjamin keselamatan dan keamanan operasi kereta api. Menjamin terselenggaranya pembangunan stasiun yang sesuai dengan kebutuhan maka disusun beberapa standarisasi teknis, operasi dan instalasi.
- e. Menjamin bangunan stasiun dapat berfungsi secara optimal dari segi tata letak ruang gedung stasiun, sehingga pengoperasian sarana perkeretaapian dapat dilakukan secara nyaman.
- f. Komponen gedung meliputi:
 - 1). Gedung atau ruangan
 - 2). Media informasi (papan informasi atau audio)
 - 3). Fasilitas umum, terdiri dari:
 - a) ruang ibadah
 - b) toilet
 - c) tempat sampah
 - d) ruang ibu menyusui

- 4). Fasilitas keselamatan
- 5). Fasilitas keamanan
- 6). Fasilitas penyandang cacat atau lansia
- 7). Fasilitas kesehatan.

Stasiun Kereta api dalam fungsinya untuk mendukung pariwisata harus mampu memberikan kenyamanan bagi wisatawan dalam dan luar negeri. Sedangkan untuk pemenuhan wisata Halal fasilitas yang tersedia harus pula mengacu pada standar syariah.

4. Kelayakan Infrastruktur

Definisi infrastruktur dalam kamus besar bahasa Indonesia, dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana umum. Sarana secara umum diketahui sebagai fasilitas publik seperti jalan, jembatan, rumah sakit, sanitasi, telepon, dan sebagainya. Dalam ilmu ekonomi infrastruktur merupakan wujud dari publik capital (modal publik) yang dibentuk dari investasi yang dilakukan pemerintah. Infrastruktur dalam penelitian ini meliputi jalan, jembatan, dan sistem saluran pembuangan¹¹⁰.

Infrastruktur merupakan sistem fisik yang menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan gedung, dan fasilitas publik lainnya, yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia baik kebutuhan sosial maupun kebutuhan ekonomi. Dalam hal ini, hal-hal yang terkait dengan infrastruktur tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sistem lingkungan dapat terhubung karena adanya infrastruktur yang menopang antara sistem sosial dan sistem ekonomi. Ketersediaan infrastruktur memberikan dampak terhadap sistem sosial dan sistem ekonomi yang ada di masyarakat. Maka infrastruktur perlu dipahami sebagai dasar- dasar dalam mengambil kebijakan¹¹¹.

¹¹⁰ Mankiw, Gregory N., 2003, *Teori Makro ekonomi*, Edisi Kelima, Alih Bahasa : Imam Nurmawan, SE., Erlangga, Jakarta.

¹¹¹ Kodoatie, Robert J. 2005. *Pengantar Manajemen Infrastruktur*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Pekerja akan lebih produktif jika mereka mempunyai alat-alat untuk bekerja. Peralatan dan infrastruktur yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa disebut modal fisik¹¹².

Bahwa tingkat ketersediaan infrastruktur di suatu negara adalah faktor penting dan menentukan bagi tingkat kecepatan dan perluasan pembangunan ekonomi. Infrastruktur merupakan suatu wadah untuk menopang kegiatan-kegiatan dalam satu ruang. Ketersediaan infrastruktur memberikan akses mudah bagi masyarakat terhadap sumber daya sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam melakukan kegiatan sosial maupun ekonomi. Dengan meningkatnya efisiensi otomatis secara tidak langsung meningkatkan perkembangan ekonomi dalam suatu wilayah. Sehingga menjadi sangat penting peran infrastruktur dalam perkembangan ekonomi¹¹³.

Infrastruktur mengacu pada fasilitas kapital fisik dan termasuk pula dalam kerangka kerja organisasional, pengetahuan dan teknologi yang penting untuk organisasi masyarakat dan pembangunan ekonomi mereka. Infrastruktur meliputi undang-undang, sistem pendidikan dan kesehatan publik, sistem distribusi dan perawatan air, pengumpulan sampah dan limbah, pengelolaan dan pembuangannya, sistem keselamatan publik, seperti pemadam kebakaran dan keamanan, sistem komunikasi, sistem transportasi, dan utilitas publik¹¹⁴.

Infrastruktur merupakan barang publik yang bersifat non eksklusif (tidak ada orang yang dapat dikesampingkan), non rival (konsumsi seorang individu tidak mengurangi konsumsi individu lainnya) serta umumnya biaya produksi marginal adalah nol. Infrastruktur umumnya juga tidak dapat diperjual belikan (non tradable)¹¹⁵.

Beberapa infrastruktur seperti jalan tol merupakan salah satu barang publik yang disediakan oleh pemerintah meskipun infrastruktur ini bukanlah barang publik murni. Ciri barang publik dilihat dari segi penggunaannya yaitu non rivalry

¹¹² Mankiw, *Teori Makro ekonomi*.

¹¹³ Todaro, . *Pembangunan Ekonomi Ed ke-9*. (Terjemahan) Erlangga, Jakarta.

¹¹⁴ Tatom, J.A (1993), *Paved with Good Intentions; the Mythical National Infrastructure Crisis Policy Analysis*. Washington.D.C, Cato Institute.

¹¹⁵ Henner, H. F. 2000. *Infrastructure et Development un bilan. Mondes en Developpment*.

dan non-excludable rivalry. Rivalitas dalam mengkonsumsi suatu barang maknanya adalah jika suatu barang digunakan oleh seseorang, barang tersebut tidak dapat digunakan oleh orang lain. Jika sebaliknya, ketika barang tersebut digunakan oleh orang lain dan secara bersama-sama menggunakan barang tersebut, maka barang tersebut dapat dikatakan sebagai barang publik¹¹⁶.

Penggunaan infrastruktur bagi pihak penggunanya tidak dikenakan biaya secara langsung atas penggunaannya, dikarenakan infrastruktur tersebut disediakan oleh pemerintah sebagai penunjang kegiatan sosial ekonomi. Infrastruktur memiliki sifat eksternalitas, sesuai dengan sifatnya dimana infrastruktur disediakan oleh pemerintah dan bagi setiap pihak yang menggunakan infrastruktur tidak memberikan bayaran langsung atas penggunaan infrastruktur. Infrastruktur seperti jalan, pendidikan, kesehatan, memiliki sifat eksternalitas positif. Dengan memberikan dukungan kepada fasilitas tersebut dapat meningkatkan produktivitas semua input dalam proses produksi¹¹⁷.

Prasarana dan sarana berperan sebagai fasilitas yang dibutuhkan masyarakat luas yang penyediaannya dilakukan secara serentak atau massal (tidak secara per individu). Tingkat pemenuhan fasilitas tersebut menjadi ukuran tingkat kesejahteraan masyarakat¹¹⁸.

Guna menunjang sektor pariwisata, sejumlah perbaikan dan pembangunan infrastruktur mutlak diperlukan. Infrastruktur udara diperlukan, guna memastikan konektivitas antar negara dan interregional Indonesia. Infrastruktur jalan perlu diperbaiki, karena banyak jalan menuju lokasi infrastruktur berondisi buruk. Guna menunjang mobilitas di dalam suatu daerah/kota, maka diperlukan pula pembangunan transportasi publik, agar memudahkan mobilitas dan menjaga tingkat kelayakan infrastruktur dan meningkatkan kenyamanan para wisatawan¹¹⁹.

¹¹⁶ Stiglitz, Joseph E. 2000. *Economic of The Public Sector*, Third Edition. London: W.W. Norton and Company Ltd..

¹¹⁷ Canning, David and Peter Pedroni. 2004. "*Infrastructure and Long Run Economic Growth*." University of Belfast.

¹¹⁸ Sadyohutomo, M. 2008. *Manajemen Kota dan Wilayah*. Jakarta. Bumi Aksara.

¹¹⁹ Wordpress : *Memebangun Infrastruktur Pariwisata*

H. Communication / Komunikasi

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok¹²⁰. Perhatikan pula beberapa pengertian komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan¹²¹.
2. Komunikasi adalah proses di mana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan¹²².
3. Komunikasi itu dapat diartikan sebagai proses antara pribadi dalam mengirim dan menerima symbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka¹²³.
4. Komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama:
 - a. *Interpersonal Communications*; Proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam kelompok kecil manusia.
 - b. *Organization Communications*; dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga yang berhubungan¹²⁴.

Dari beberapa pengertian yang telah dipaparkan di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses tukar-menukar informasi atau pemindahan pesan antara dua orang atau lebih dengan menggunakan symbol simbol.

<https://msyarifh88.wordpress.com/2013/04/01/membangun-infrastruktur-pariwisata/> diakses Nop 2019

¹²⁰ A.W. Widjaja. 2000. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksar

¹²¹ Depari, Edward & Collin Mac Andrew, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan Suatu Kumpulan Karangan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1982

¹²² Stoner, James A.F, 2010. *Manajemen*, Jakarta : Airlangga

¹²³ Schemerhom Jhon R. 1999. *Manajemen* di terjemahkan oleh M. Purnama, Putranata dan Surya Dharma, Edisi ke satu, Yogyakarta : Andi

¹²⁴ Jauch, Lawrence R. dan William F. Glueck. 1999. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”. Lasswell menyatakan pula, ” suatu cara yang paling tepat untuk menggambarkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: *who, says what, in which channel, to whom and with what effect*¹²⁵.

Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang di waktu-waktu yang akan datang sejalan dengan berkembangnya kompleksitas kajian di komunikasi pariwisata. Bidang-bidang yang dimaksud, antara lain:¹²⁶

1. Komunikasi Pemasaran

Pariwisata bidang komunikasi pemasaran (Tourism Communication Marketing) atau disingkat (TMC). Bidang TMC mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, Communication Mix, Marketing Mix, dan hal ihwal tentang TMC. Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TMC dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

2. Brand Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, dimana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri didalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata. Selain dikaji brand sebagai media dan sebagai pesan itu sendiri, dikaji pula bagaimana konstruksi social brand destinasi, bagaimana hubungan brand dengan produk destinasi, brand dengan aksesibilitas, dengan pemasaran pariwisata, subbrand dan brand induk baru. Semua sifat dan jenis brand dikaji disini, termasuk juga *city brand*, *satete brand*, dan *nation brand*. Begitu pula publisitas brand dan branding juga menjadi kajian-kajian penting diperbincangan ini.

3. Manajemen Komunikasi Pariwisata

¹²⁵ Lasswell, Harold. 1960. *The Structure and Function of Communication in Society*, Urbana: University of Illinois Press.

¹²⁶ Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Group.

Di dalam kajian ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan di bidang komunikasi pariwisata. Kajian ini mengulas bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata, yaitu bagaimana memenej pemasaran pariwisata, memenej destinasi, memenej aksesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan dan leadership, bagaimana memenej orang-orang, memenej anggaran dan memenej alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata.

4. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Masyarakat pariwisata memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata. Karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan bepergian ke tempat pariwisata. Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka ketika akan berwisata. Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi transportasi, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, umpan balik yang diharapkan. Kajian juga menyangkut tentang alat dan jenis transportasi, anggaran yang diperlukan, masalah keamanan, dan keselamatan transportasi, transportasi alternative, dan koneksitas dengan akomodasi perhotelan, motel, guesthouse, dan sebagainya apabila ada keadaan emergency di jalan. Mengenai anggaran yang diperlukan dan pilihan yang harus dibuat sehingga menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Prinsip utama di dalam komunikasi transportasi ini adalah keamanan, kenyamanan, keterjangkauan, dan kenangan. Kajian ini termasuk pula bagaimana mengkaji penggunaan model-model komunikasi alternative seperti *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan media social serta media literasi lainnya

5. Komunikasi Visual Pariwisata Bidang komunikasi

visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena itu bidang ini akan selalu berkembang di masa depan di mana kajiannya diarahkan kepada komunikasi entrepreneurship, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi. Komunikasi visual pariwisata mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan souvenir, cenderamata, oleh-oleh yang

memiliki ikon local tourism yang berkesan dan menjadi brand pariwisata. Kajian juga menyangkut pendekatan sistem komunikasi pariwisata dengan destinasi, venue, transportasi, hotel, stakeholder pariwisata. Pembentukan jaringan komunikasi bisnis dengan pihak-pihak lain yang potensial seperti bank, pasar, dan tokoh masyarakat juga harus dikaji dibidang ini.

6. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa venue atau bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan pandu wisata. Bisnis pariwisata bukan bisnis personal, namun bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting. Hal-hal lain yang penting pula dalam kajian ini seperti penyelenggaraan event, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasa sejarah destinasi, dan venue wisata.

7. Komunikasi Online pariwisata

Media online menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media online tidak saja dapat digunakan sebagai media pemasaran, namun juga dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media online saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkontruksi citra informasi. Jadi kelima- lima kemampuan media online ini dikaji di dalam penerapannya di dalam komunikasi pariwisata. Di dalam kajian ini pula dibincangkan tentang media baru (*new media*), media online baru (*new media online*), diversifikasi media, media metaphor, dan semiotika media serta media virtual yang dapat diaplikasikan ke dalam komunikasi pariwisata.

8. Public Relation dan MICE

Bidang Public Relation (PR) dan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) ini adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu peran PR sangat diperlukan untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskan program MICE, masalah funding explore,

sponsorship, pemasaran MICE, akomodasi MICE sampai dengan pelaksanaan (implementasi MICE), evaluasi dan perencanaan event MICE berikut menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata. Kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) saat ini sedang berkembang di Indonesia. Hal itu bisa dilihat dari semakin banyaknya event yang diselenggarakan di Indonesia, baik skala nasional maupun internasional. Mereka yang datang (delegasi) untuk menghadiri sebuah event membutuhkan berbagai macam fasilitas lain di luar kebutuhan event, misalkan fasilitas hiburan, belanja, kuliner, dan lain sebagainya. Wisatawan MICE, yang disebut juga dengan business traveler, memiliki beberapa kelebihan dibanding wisatawan biasa, di antaranya adalah sebagai opinion leader. Penilaian mereka tentang suatu wilayah yang melaksanakan sebuah konferensi dapat memberikan pengaruh bagi pihak lain. Turis MICE juga tergolong quality tourist karena mereka tinggal lebih lama dan lebih banyak menghabiskan uang daripada wisatawan biasa, bahkan ditengarai pengeluarannya tujuh kali lipat daripada wisatawan leisure. Mereka adalah sebuah aset yang berharga bagi industri pariwisata. Pasar dari industri MICE adalah pasar yang tidak mudah terpengaruh oleh fluktuasi harga dibanding pasar leisure, dan multiplier effect pada bidang ekonomi tidak diragukan lagi. Saat ini efek globalisasi juga telah memengaruhi tren persaingan pada industri ini yang sebelumnya persaingan antar-perusahaan, saat ini menjadi persaingan antar-destinasi¹²⁷.

9. Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset ini. Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata¹²⁸.

Wisata halal saat ini menjadi fenomena baru dalam dunia pariwisata dan mulai dikembangkan di beberapa negara. Wisata halal merupakan wisata yang pada pelaksanaannya mengacu pada syariat Islam, baik akomodasi, atraksi, dan objek wisata itu sendiri. wisata halal belum banyak dikenal dan masih pada tahap

¹²⁷ Herry Drajat. 2019: 7 *Syarat Menjadi Destinasi MICE*. <https://venuemagz.com/feature/7-syarat-menjadi-destinasi-mice/> di akses Nopember 2019

¹²⁸ Burhan. *Komunikasi Pariwisata*.h.71

persiapan pengembangan, sehingga perhatian dan kepedulian terhadap wisata halal masih belum terbangun. Dalam menangani masalah tersebut, diperlukan sebuah strategi komunikasi untuk membangun perhatian dan kepedulian di kalangan para pemangku kepentingan termasuk masyarakat.

1. Panduan wisata muslim

Wisata halal menjadi tren baru dalam segmen pariwisata dunia, perkembangannya pun terus mengalami peningkatan. Terlihat sejak tahun 2014 ada 108 juta wisatawan muslim yang melakukan perjalanan wisata, meningkat di tahun 2015 yang mencapai 117 juta wisatawan muslim, lalu tahun 2016 mencapai 121 juta wisatawan muslim, dan juga mengalami peningkatan di tahun 2017 hingga 131 juta wisatawan muslim. Nilai perjalanan wisatawan Muslim secara global diproyeksikan mengalami peningkatan dari tahun 2014 mencapai nilai USD 145 Miliar, dan di tahun 2026 akan mencapai USD 300 Miliar (Global Muslim Travel Index, 2015, 2016, 2017, 2018)¹²⁹.

Ada beberapa hal yang membuat segmen ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, yaitu: pertumbuhan populasi Muslim yang paling cepat mengalami peningkatan, pertumbuhan middle class income dari populasi Muslim yang cukup besar, populasi Muslim dengan usia rata-rata 24 tahun pada tahun 2015 juga menjadi peluang karena usia muda ini yang sering melakukan perjalanan wisata, meningkatnya akses informasi dengan berbagai media yang menjadikannya cepat diketahui oleh masyarakat luas, fasilitas dan pelayanan yang ramah terhadap wisatawan¹³⁰.

Muslim juga meningkat, Ramadan Travel yakni adanya layanan pada bulan Ramadan membuat wisatawan Muslim tertarik untuk berkunjung, dan bisnis

¹²⁹ Global Muslim Travel Index. (2015, 2016, 2017, 2018). Global Muslim Travel Index. Singapore: CrescentRating & Mastercard.

¹³⁰ Alwafi Ridho Subarkah. *Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah* (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat) Jurnal Sospol, Vol 4 No 2 (Juli – Desember 2018), h. 49-72 60. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/sospol/article/view/5979/6094> diakses Nop 2019.

travel yang semakin beragam dengan cepat menangkap peluang untuk melayani wisatawan Muslim¹³¹.

Bagi Indonesia hal ini menjadi peluang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan jumlah wisatawan Muslim dengan target pasar wisatawan yang berasal dari kawasan Timur Tengah, seperti Arab Saudi dan Mesir pada tahun 2017 yang datang berjumlah 222.362 wisatawan dengan rata-rata lama tinggal di Indonesia bagi wisatawan asal Arab Saudi 10,83 hari menghabiskan USD 2.226 untuk satu orang, sedangkan Mesir 10,47 hari yang menghabiskan USD 1.293 untuk satu orang. Karakteristik dari wisatawan asal Timur Tengah ini yaitu wisatawan yang lebih menyukai jenis wisata leisure, maka dari itu mereka berkunjung ke Lombok, Nusa Tenggara Barat, Sumatera Barat (Rosana, 2018)¹³².

Target pasar wisata halal yang tumbuh pesat adalah Wisatawan Muslim Millennial yang menggerakkan pertumbuhan pasar wisata halal. Secara populasi, usia rata-rata Muslim pada tahun 2010 berada di usia 23 tahun. Wisatawan Muslim Millennial ini yang disebut juga dengan generasi Y yang dalam rentan usia 20 tahun hingga 38 tahun memiliki potensi sebagai segmen konsumen yang tumbuhnya paling cepat, mewakili 20% wisatawan internasional. Pada tahun 2020 Generasi Millennial diharapkan untuk melakukan 320 juta perjalanan internasional setiap tahunnya mewakili kenaikan 47% yang luar biasa dari 217 juta pada tahun 2013¹³³.

Wisatawan millennial pada umumnya adalah kelompok yang unik dengan kebutuhan, karakter, motif dan harapan khusus. Tidak seperti generasi sebelumnya, Milenium adalah penduduk asli digital dan sering berbagi pengalaman dan pendapat mereka secara terbuka di internet, khususnya di situs media sosial. Memiliki akses yang lebih besar terhadap pendidikan dan informasi, segmen pasar ini sering menempatkan lebih banyak waktu dan usaha untuk

¹³¹ Global Muslim Travel Index. (2015, 2016, 2017, 2018). Global Muslim Travel Index. Singapore: CrescentRating & Mastercard.

¹³² Rosana, F. C. (2018, Juni 8). *Berwisata Halal di Indonesia, Ini Uang Belanja Turis Timur Tengah*. Retrieved from Tempo.co: <https://travel.tempo.co/read/1096535/berwisata-halal-di-indonesia-ini-uang-belanja-turis-timur-tengah> . diakses 18 Nop 2019.

¹³³ Mastercard & HalalTrip. (2017). *Muslim Millennial Travel Report 2017*. Singapore: Mastercard & HalalTrip h.4

melakukan penelitian komprehensif sebelum membuat jadwal perjalanan. Ada 3 hal yang mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan perjalanan wisata – *Authentic: Destination discovery, Local cuisine, Flexible itinerary; Affordable: Accommodation, Transport, Experiences; Accessible: Technology, Information, Sharing*¹³⁴. 3A merangkum pola perjalanan utama di seluruh pengalaman perjalanan wisatawan Muslim millennial dari perencanaan perjalanan hingga berbagi pengalaman dengan orang lain. Karena internet dan lingkungan sosial memainkan peran kunci dalam kehidupan sehari-hari, tujuan dan penyedia layanan pariwisata harus mengembangkan penawaran yang selaras dengan 3A untuk melengkapi fasilitas mereka ke segmen wisata halal ini¹³⁵.

Wisatawan Muslim millennial ini menghabiskan waktu liburan dalam satu tahun dapat melakukan wisata dua kali hingga lima kali, dan menghabiskan waktu empat hingga enam hari untuk melakukan sekali kunjungan wisata. Segmen pasar Millennial sangat menghargai perjalanan sebagai gaya hidup dan pengalaman hidup, dan perjalanan untuk berbagai alasan. Hasil survei menunjukkan bahwa ada tiga hal utama yang menjadi tujuan perjalanan yang paling menonjol wisatawan Muslim millennial melakukan kegiatan wisata, yaitu:

- a. Leisure and holiday,*
- b. Experiencing local culture and heritage,*
- c. Visiting friends and relatives.*

Perjalanan lebih dari sekadar liburan bagi wisatawan ini, sering dilakukan untuk pertumbuhan atau perkembangan pribadi, untuk mencari pengalaman baru dan untuk ikatan sosial karena dapat bertemu dengan orang-orang baru yang memiliki sosial dan budaya yang berbeda¹³⁶.

Dalam melakukan perjalanan wisata, segmen wisatawan ini memperhatikan biaya perjalanan, biaya yang dikeluarkan adalah USD 101 hingga USD 500, biaya ini tergolong kecil karena wisatawan Muslim Millennial ini sebagian besar terdiri dari anak sekolah atau mahasiswa, anak-anak yang baru lulus sekolah atau kuliah, karyawan baru, yang memiliki biaya terbatas, sehingga

¹³⁴ Subarkah, (2018). *Potensi dan Prospek Wisata Halal*. h.72

¹³⁵ Mastercard & HalalTrip. (2017). *Muslim Millennial Travel Report 2017*. h. 5

¹³⁶ Mastercard & HalalTrip. (2017). *Muslim Millennial Travel Report 2017*. h 19

biaya sangat penting dalam merencanakan kegiatan wisata. Wisatawan Muslim Millennial ini menghabiskan biaya setidaknya untuk lima hal, penerbangan, akomodasi, makanan, belanja, dan aneka barang -misalnya tiket masuk, tempat wisata, transportasi lokal, dll¹³⁷.

Wisatawan Muslim Millennial ini melakukan kegiatan wisata lebih banyak bersama keluarga dan teman, ditunjukkan untuk lebih meningkatkan ikatan sosial antar mereka, selain itu ada juga yang melakukan kegiatan wisata sendiri, ini merepresentasikan wisatawan millennial merupakan wisatawan yang mandiri¹³⁸.

Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan Muslim Millennial dalam menentukan perjalanan wisata, yaitu: biaya penerbangan dan penginapan; masalah keamanan dan terorisme; ketersediaan makanan halal; pengalaman baru/menarik; ketersediaan atraksi wisata; keramahan orang lokal; sentimen Islamophobia; cuaca; fasilitas ramah Muslim; hiburan dan perbelanjaan; durasi penerbangan¹³⁹.

2. Edukasi wisata Halal untuk stakeholder

Stakeholder sendiri merupakan sebuah frasa yang terbentuk dari dua buah kata, yaitu “*stake*” dan “*holder*”. Secara umum, kata “*stake*” dapat diterjemahkan sebagai “kepentingan”, sedangkan kata “*holder*” dapat diartikan sebagai “pemegang”. Jadi seperti yang telah diungkapkan diatas, stakeholder artinya adalah pemegang kepentingan¹⁴⁰.

Dua faktor penting terkait peran pemerintah (politik) suatu negara, dalam hal ini adalah pemerintah daerah, yaitu yang secara langsung dan secara tidak langsung mempengaruhi pertumbuhan serta perkembangan industri pariwisata tersebut. Pertama yang secara langsung mempengaruhi adalah sikap pemerintah terhadap kunjungan wisatawan, kedua secara tidak langsung yaitu adanya situasi dan kondisi yang stabil dalam perkembangan politik ekonomi serta keamanan dalam negara atau daerah itu sendiri. Peran pemerintah dan rakyat adalah penting dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata di negara atau daerahnya.

¹³⁷ Master card & HalalTrip. (2017). *Muslim Millennial Travel Report 2017*. h. 20

¹³⁸ Subarkah, Alwafi Ridho. (2018). *Potensi dan Prospek Wisata Halal*. h 62

¹³⁹ Master card & HalalTrip. (2017). *Muslim Millennial Travel Report 2017* . h. 23

¹⁴⁰ Helpris Estaswara, *Stakeholder Relation*, (Jakarta ; Universitas Pancasila, 2010), h.2

Artinya, pemerintah berkewajiban untuk mengeluarkan kebijakan yang berpihak pada perlindungan dan peningkatan sektor pariwisata, lalu rakyat harus selalu mendukung berbagai kebijakan terkait pariwisata yang telah dikeluarkan oleh pemerintah. Sinergitas antara pemerintah dan rakyat inilah yang nantinya akan menghasilkan output berupa perkembangan pariwisata yang berkelanjutan, bertanggung jawab, efektif dan efisien¹⁴¹.

Dalam rangka pengembangan pariwisata, maka dilakukan pendekatan terhadap organisasi pariwisata yang ada (Pemerintah dan Swasta), serta pihak lain yang diharapkan mampu mendukung tumbuh kembangnya pariwisata seperti masyarakat lokal. Berikut merupakan tiga aktor utama yang berperan dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata:¹⁴²

- a. Masyarakat yaitu masyarakat umum yang tinggal di sekitar obyek wisata, yang juga merupakan pemilik sah dari berbagai sumberdaya modal pariwisata, seperti kebudayaan, tokoh masyarakat, intelektual, LSM serta media massa.
- b. Swasta yaitu seperti asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha yang bergerak di sektor pariwisata.
- c. Pemerintah yaitu mulai dari pemerintah pusat, negara bagian, provinsi, kabupaten, kecamatan dan seterusnya.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Dalam Pengembangan Pariwisata adalah suatu usaha yang dilakukan oleh Dinas dalam kaitannya dengan wewenang yang dimilikinya untuk mengembangkan pariwisata di wilayahnya, yang mencakup dari seluruh penyediaan fasilitas pendukung pariwisata (Fasilitator), kerjasama yang sinergis dengan berbagai stakeholder pariwisata (Dinamisator), serta menjadi pendorong bagi masyarakat lokal agar senantiasa mendukung perkembangan pariwisata di wilayahnya (Motivator).

Penggunaan berbagai macam disiplin ilmu untuk menganalisis pariwisata menunjukkan betapa pariwisata hanya dapat dipahami dengan lebih mudah jika

¹⁴¹ Pendit, N.S. 2003. *Ilmu Pariwisata* . h. 39

¹⁴² Pitana, *Sosiologi Pariwisata*. h. 95

pendekatan multi disiplin atau bahkan trans disiplin digunakan. Namun dalam praktis hal ini bukanlah persoalan sederhana karena terbukti bahwa pendekatan multidisiplin untuk mengkaji pariwisata masih jarang dilakukan. Bisa saja sejumlah ahli dari ilmu yang berbeda secara bersama-sama melakukan kajian pariwisata, namun pendekatan yang digunakan tetaplah pendekatan keilmuan masing-masing bukan pemahaman atas pariwisata dari berbagai sudut pandang ilmu, bukan satu sintesis dari pendekatan multidisiplin. Disinilah masalah dapat diidentifikasi. Alih alih melahirkan cabang ilmu baru, kegagalan merumuskan suatu pendekatan multidisiplin tersebut mengakibatkan pariwisata tetap diposisikan sebagai suatu objek kajian berbagai ilmu pengetahuan¹⁴³.

Studi tentang industri wisata halal di Indonesia ini dilakukan dengan tahapan berikut ini. Pertama, menelusuri informasi yang bersumber dari media cetak dan elektronik dan literatur pariwisata tentang perkembangan wisata halal di dunia dan Indonesia. Kedua, mengumpulkan data berupa kebijakan pemerintah tentang pariwisata dan perkembangannya sampai dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Ketiga, melakukan analisis dengan mendeskripsikan dan menafsirkan data. Secara khusus, studi tentang wisata halal sebagai bagian dari praktik keagamaan Muslim secara metodologis akan diuraikan berdasarkan perspektif Al-Qur'an dan hadits. Keempat, membuat kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan¹⁴⁴.

Paket wisata halal bisnis baru sekaligus jawaban baru sekaligus jawaban bagi para Muslim agar tetap bersenang-senang tanpa melanggar syariah. Wisata halal melengkapi ladang uang syariah yang sudah duluan mengakar di masyarakat Indonesia dan dunia, yaitu industri keuangan syariah dan makanan halal. Konsumennya bukan cuma orang Islam, tapi juga non-Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal seperti yang selalu dianjurkan Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) semua komponennya dibingkai dengan nilai-nilai Islam¹⁴⁵.

¹⁴³ I Gde Pitana, I Ketut S D, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 10,11

¹⁴⁴ Jaelani, *Industri wisata halal di Indonesia*. h.17

¹⁴⁵ Hery Sucipto dan F Andayani, *Wisata Syariah* (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014), h. 64.

Memang banyak restoran yang menyediakan makanan halal dan hotel yang menempatkan arah kiblat disetiap kamar, namun mereka belum benar-benar mengaplikasikan syariat Islam. Tak heran bila masih banyak pengelola hotel atau penyedia jasa wisata lainnya belum memahami konsep itu dan merasa belum siap untuk menerapkannya. Dalam pemikiran mereka, terminologi wisata masih selalu identik dengan hiburan malam¹⁴⁶.

Namun, ketika sebuah hotel menyediakan mushala dengan kamar-kamar yang menyediakan kitab suci, dapur yang halal, dan tidak menyediakan minuman keras, maka hotel itu telah menerapkan prinsip syariah¹⁴⁷.

Pemerintahan merupakan organisasi yang memiliki hak tertinggi untuk melaksanakan kewenangan. Tugas pokok pemerintahan adalah menciptakan kondisi masyarakat yang kondusif dan stabil dalam hal keamanan, ketertiban, keadilan, kesejahteraan sosial, ekonomi, pekerjaan umum, serta pemeliharaan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Sejatinya, pemerintah adalah penanggung jawab dan pemilik wewenang dalam pengembangan wisata halal ini. Pengembangan wisata halal perlu dukungan dalam berbagai cara termasuk meningkatkan kesadaran di antara penyedia jasa dan produk pariwisata, mendukung dalam mengembangkan dan melakukan edukasi dan sertifikasi produk dan jasa wisata halal, serta terlibat dalam pemasaran. Kewajiban tersebut perlu dikomunikasikan kepada pemerintah terkait dan para pelaku industri¹⁴⁸.

3. Pemandu wisata

Berdasarkan keputusan Menparpostel nomor KM.82/PW/.102/MPPT-88, pemandu wisata (pramuwisata) adalah seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan dan petunjuk tentang objek wisata, serta membantu segala sesuatu yang di perlukan wisatawan¹⁴⁹.

Pemanduwisata atau *tour guide* diartikan sebagai setiap orang yang memimpin kelompok yang terorganisir untuk jangka waktu singkat maupun

¹⁴⁶ *Ibid*, h. 65.

¹⁴⁷ *Ibid*, h. 65.

¹⁴⁸ Senova, A. (2016). *Literasi media sebagai strategi komunikasi tim sukses relawan pemenangan pemilihan*. Jurnal Kajian Komunikasi. 4 (2), 142 – 153

¹⁴⁹ Nuriata, Tata. 1995. *Pemanduan Wisata*. Depdikbud. Jakarta Peraturan Menpostel Republik Indonesia, Nomor KM.82/PW.102/MPPT-88.

jangka waktu yang panjang. Tugas pemanduwisata memiliki beberapa spesifikasi tergantung dari tugas apa yang sedang dia lakukan (sesuai dengan kemampuannya)¹⁵⁰.

Pemandu wisata atau yang lebih sering kita sebut dengan *guide* adalah seseorang yang memberi penjelasan serta petunjuk kepada wisatawan tentang segala sesuatu yang hendak dilihat dan disaksikan bilamana mereka berkunjung pada suatu objek, tempat atau daerah wisata tertentu¹⁵¹.

Penting pula untuk diketahui bahwa tidak semua orang yang menemani wisatawan itu disebut sebagai pemanduwisata, karena masih ada profesi lain yang kegiatannya berhubungan dengan wisatawan, antara lain sebagai berikut :

a. Penterjemah (*Interpreter*)

Penerjemah adalah seseorang yang bertugas menerjemahkan bahasa tertentu ke dalam bahasa yang dikehendaki oleh wisatawan. Ia hanya menyampaikan apa yang disampaikan oleh orang lain atau menjelaskan percakapan dalam suatu bahasa tertentu

b. Penerima Tamu (*Hostess*)

Penerima tamu adalah seseorang yang bertugas menjemput tamu di bandara, pelabuhan laut, stasiun atau terminal serta hotel atau memberikan ucapan selamat jalan kepada tamu yang akan kembali ke tempat asal atau melanjutkan perjalanan ke tempat lain. Kegiatannya, antara lain memberi ucapan selamat datang dengan mengalungkan rangkaian bunga, membantu tamu pada saat pemeriksaan keimigrasian dan bea cukai, menghubungkan atau memperkenalkan tamu dengan orang-orang tertentu.

c. Pengawal atau Pendamping (*Escortist*)

Pengawal adalah seseorang yang bertugas mendampingi wisatawan dalam berbagai aktivitas, seperti tur, belanja, pertemuan, termasuk kegiatan-kegiatan

¹⁵⁰ Sampelan, Shinta N. 2015. *Pramuwisata Di Kota Manado*. Jurnal Holistik Tahun VIII No. 15 / Januari – Juni 2015. H. 7-8

¹⁵¹ Suwantoro, Gamal. *Op. Cit.* hlm 13

yang sifatnya pribadi. Ruang lingkup kegiatan *escortist* lebih luas dibandingkan dengan pramuwisata atau profesi sejenis lainnya¹⁵².

4. Digital Marketing

Pemasaran adalah mengelola hubungan pelanggan dengan menguntungkan. Tujuan ganda dari pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dan tumbuh dengan memberikan kepuasan¹⁵³.

Sedangkan E-Marketing atau Digital Marketing adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti web, e-mail dan media nirkabel, tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan¹⁵⁴.

Digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “*interactive marketing*”, *one-to-one marketing* dan “*e-marketing*” erat kaitannya dengan digital marketing¹⁵⁵.

Digital marketing ialah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi¹⁵⁶.

Sedangkan menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan, Digital marketing ialah : kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media

¹⁵² setzer munavizt. *Pemandu Wisata (Tour Guiding)*.
<http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com/2010/04/pemanduan-wisata-kode-etik-pramuwisata.html> di akses Nop 2019

¹⁵³ Kotler, Philip and Keller, K. L. (2008). *Marketing Management*. International Edition. Prentice Hall, Inc., New Jersey

¹⁵⁴ Chaffey, Dave; Chadwick, Fiona Ellis; Mayer, Richard; dan Johnston, Kevin. 2009. *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Jakarta: Prentice Hall/Financial Times

¹⁵⁵ Urban, Glen (2004) *Digital Marketing Strategy*. Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey. USA h.2

¹⁵⁶ Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing*. Journal of Interactive Marketing, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).

berbasis web seperti blog, web site, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet¹⁵⁷.

Perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digemborkan dan sangat berpengaruh. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, radio dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif¹⁵⁸.

Dengan definisi seperti itu, e-marketing mencakup semua kegiatan bisnis melalui web/internet di seluruh dunia dengan tujuan menarik calon konsumen baru maupun konsumen lama, mempertahankan citra usaha saat ini dan mengembangkan identitas merek. Sifat internet yang sekarang berarti bisnis memiliki jangkauan global. Sementara biaya media tradisional membatasi jenis jangkauan, e-marketing membuka jalan baru, dengan anggaran yang jauh lebih kecil, untuk mengakses calon konsumen dari seluruh dunia. Internet marketing memungkinkan untuk menjangkau konsumen dalam berbagai cara dan memungkinkan mereka untuk menawarkan berbagai macam produk dan jasa. marketing meliputi, antara lain, manajemen informasi, hubungan masyarakat, layanan pelanggan dan penjualan. Dengan berbagai teknologi baru menjadi tersedia sepanjang waktu.

I. Environment / Lingkungan Hidup

Lingkungan Hidup Indonesia yang dikaruniakan oleh Tuhan yang maha esa kepada Bangsa dan Rakyat Indonesia, merupakan rahmat dari pada-Nya dan wajib dikembangkan dan dilestarikan kemampuannya agar dapat menjadi sumber dan penunjang hidup bagi bangsa dan Rakyat Indonesia serta makhluk lainnya demi kelangsungan dan peningkatan kualitas hidup itu sendiri.

Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral, serta flora dan

¹⁵⁷ Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan, (2009). *Creative Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.. h. 47.

¹⁵⁸ Heidrick and Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*. h. 1

fauna yang tumbuh di atas tanah maupun di dalam lautan, dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut. Lingkungan di Indonesia sering juga disebut "lingkungan hidup". Misalnya dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup¹⁵⁹.

Definisi Lingkungan Hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia, dan perilakunya, yang memengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain dan dapat mempengaruhi hidupnya¹⁶⁰.

Terkait dengan kajian masalah lingkungan hidup, banyak para ahli memberikan definisi atau arti mengenai lingkungan hidup. Tentunya mereka mendefinisikan didasarkan atas latar belakang keilmuan yang mereka miliki. Emil Salim mendefinisikan lingkungan hidup sebagai :

“Segala benda, kondisi, keadaan, dan pengaruh yang terdapat dalam ruangan yang kita tempati, dan mempengaruhi hal yang hidup termasuk kehidupan manusia”¹⁶¹.

Hal serupa dikemukakan oleh Husein yang menyatakan : “Lingkungan hidup mengandung arti tempat, wadah atau ruang yang ditempati oleh makhluk hidup dan tak hidup yang berhubungan dan saling pengaruh-mempengaruhi satu sama lain, baik antara makhluk-makhluk itu sendiri maupun antara makhluk-makhluk itu dengan alam sekitarnya”¹⁶².

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan hidup merupakan satu kesatuan semua sumber daya, termasuk makhluk hidup, yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi sehingga membentuk suatu keseimbangan yang harmonis untuk kelangsungan hidupnya. Di Indonesia perangkat peraturan perundang undangan yang mengatur tentang lingkungan hidup dituangkan dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2009 tentang

¹⁵⁹ Undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2009

¹⁶⁰ N.H.T Siahaan *Hukum lingkungan dan ekologi pembangunan*, Jakarta, Erlangga , 2004 h. 4

¹⁶¹ Abdurahman, Op.Cit, h. 17

¹⁶² Harum .M.Husein, *Lingkungan Hidup Masalah Pengelolaan Dan Penegakan Hukumnya*, Bumi Angkasa, Jakarta, 1995 ,h.. 6

Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Undang-Undang tersebut merupakan penyempurnaan terhadap Undang-Undang No.23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Pengertian lingkungan hidup bisa dikatakan sebagai segala sesuatu yang ada di sekitar manusia atau makhluk hidup yang memiliki hubungan timbal balik dan kompleks serta saling mempengaruhi antara satu komponen dengan komponen lainnya. Pengertian lingkungan hidup yang lebih mendalam menurut UU No 32 Tahun 2009 adalah kesatuan ruang dengan semua benda atau kesatuan makhluk hidup termasuk di dalamnya ada manusia dan segala tingkah lakunya demi melangsungkan perikehidupan dan kesejahteraan manusia maupun makhluk hidup lainnya yang ada di sekitarnya. Menurut Undang Undang UU No 32 Tahun 2009, lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Sedangkan ruang lingkup lingkungan hidup Indonesia meliputi ruang, tempat Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berwawasan Nusantara dalam melaksanakan kedaulatan, hak berdaulat, dan yurisdiksinya.

Pengertian dalam lingkungan hidup dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 menyatakan bahwa perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum. Bisa diartikan, Lingkungan Hidup merupakan suatu sistem yang meliputi lingkungan hayati, lingkungan non hayati, lingkungan buatan dan lingkungan sosial.

1. Kedatangan turis domestic

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia turis (wisatawan) domestic adalah wisatawan nusantara¹⁶³.

Definisi wisatawan dalam negeri berdasarkan World Tourism Organization (WTO, 2004) adalah penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan ke suatu tempat di dalam wilayah negara tersebut, namun diluar lingkungan tempat tinggalnya sehari-hari untuk jangka waktu sekurang-kurangnya satu malam dan tidak lebih dari satu tahun dan tujuan perjalanannya bukan untuk mendapatkan penghasilan dari tempat yang dikunjungi tersebut¹⁶⁴.

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (*visitor*) yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk didalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan. Pengertian yang sama disampaikan oleh World Tourism Organization (WTO, 2004) yang dimaksud dengan pengunjung (*visitor*) untuk tujuan statistik, setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan negaranya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya. Dengan demikian ada dua kategori pengunjung yaitu: ¹⁶⁵

- a. Wisatawan (*Tourist*) yaitu pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:
 - 1). Pesiar (*Leasure*) untuk kepentingan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olah raga
 - 2). Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi dan lain sebagainya
- b. Pelancong (*Exursionist*) yaitu :pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam Dari beberapa pengertian

¹⁶³ KBBI, 2016 : *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*
<https://www.kamusbesar.com/wisatawan-domestik> di akses Nop 2019.

¹⁶⁴ WTO, (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guide Book*. World Tourism Organization. Madrid, Spain.

¹⁶⁵ *Ibid.*

tersebut, dalam studi ini yang dimaksud dengan pengunjung (Turis) adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada obyek dan daya tarik wisata.

Sedangkan Departemen Pariwisata menggunakan definisi wisatawan adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dan menetap untuk sementara di tempat lain selain tempat tinggalnya, untuk salah satu atau beberapa alasan selalu mencari pekerjaan. Berdasarkan pengertian tersebut wisatawan dibagi menjadi dua yaitu: Wisatawan Nusantara (dalam negeri) Definisi wisatawan dalam negeri adalah penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan ke suatu tempat di dalam wilayah negara tersebut, namun diluar lingkungan tempat tinggalnya sehari-hari untuk jangka waktu sekurang-kurangnya satu malam dan tidak lebih dari satu tahun dan tujuan perjalanannya bukan untuk mendapatkan penghasilan dari tempat yang dikunjungi tersebut¹⁶⁶.

2. Kedatangan turis asing

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia turis asing adalah wisatawan dari luar negri¹⁶⁷.

Pengertian turis (wisatawan) asing mancanegara didefinisikan sebagai orang yang melakukan perjalanan diluar negara tempat tinggal biasanya selama kurang dari 12 bulan dari negara yang dikunjunginya, dengan tujuan bukan untuk memperoleh penghasilan¹⁶⁸.

Pada dasarnya kegiatan pariwisata adalah kegiatan menjual lingkungan. Orang yang bepergian dari suatu daerah ke daerah tujuan wisata adalah ingin menikmati lingkungan, seperti pemandangan alam, atraksi budaya, arsitektur, makanan dan minuman, benda seni, dan lainnya yang berbeda dengan lingkungan tempat tinggalnya.

3. Ketersediaan fasilitas internet

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Untuk kesiapan objek-objek wisata yang akan dikunjungi oleh

¹⁶⁶ *Ibid.*

¹⁶⁷ KBBI, : *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*.

¹⁶⁸ Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <http://www.bps.go.id/>, diakses 17 Nop 2019.

wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun dengan disesuaikan lokasi dan kondisi objek wisata yang bersangkutan¹⁶⁹.

Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin¹⁷⁰.

Menurut Terma Media, internet (*interconnection network*) adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung. Internet berasal dari bahasa latin "inter" yang berarti "antara". Internet merupakan jaringan yang terdiri dari milyaran komputer yang ada di seluruh dunia. Internet melibatkan berbagai jenis komputer serta topologi jaringan yang berbeda. Dalam mengatur integrasi dan komunikasi jaringan, digunakan standar protokol internet yaitu TCP/IP. TCP bertugas untuk memastikan bahwa semua hubungan bekerja dengan baik, sedangkan IP bertugas untuk mentransmisikan paket data dari satu komputer ke komputer lainnya¹⁷¹.

Menurut Wikipedia, Internet adalah seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar sistem *global Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP) sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Rangkaian internet yang terbesar ini dinamakan Internet. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaidah ini dinamakan *internetworking* (antarjaringan)¹⁷².

Wireless merupakan standar dari jaringan tanpa kabel atau yang dikenal dengan nama Wireless Networking dengan fungsi untuk menyempurnakan

¹⁶⁹ Suwanto, Gamal. *Op. Cit.* h. 21.

¹⁷⁰ Ahmadi dan Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi. h.68.

¹⁷¹ Teras Media. Pengertian Internet. <http://www.termasmedia.com/65-pengertian/71-pengertian-internet.html> Diakses Nop 2019.

¹⁷² Wikipedia: *Portal Internet*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Portal:Internet> Diakses Nop 2019.

komponen-komponen pada jaringan internet agar terkoneksi atau agar terhubung dengan internet dengan mudah dan tanpa ribet¹⁷³.

Wireless merupakan standar yang sering dimanfaatkan untuk alat bantu komunikasi jaringan tanpa menggunakan sebuah kabel. Yang mana mendasari dari spesifikasi IEEE. Biasanya, jaringan tanpa kabel tersebut digunakan ataupun disharing secara bersama-sama dalam sebuah ruangan ataupun komunitas tertentu¹⁷⁴.

Salah satu fasilitas terpenting yang harus disediakan untuk mendukung sektor pariwisata adalah kebutuhan akan informasi terhadap tujuan wisata dan fasilitas pendukung seperti bank, supermarket, ATM dan lain sebagainya. Informasi yang diberikan harus didukung oleh teknologi yang dapat melayani berbagai akses permintaan dari para pengguna. Teknologi ini harus bisa menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Dengan kata lain, teknologi ini harus bisa dimanfaatkan oleh berbagai pengguna industri pariwisata. Teknologi sederhana yang sudah bisa digunakan dan banyak dimanfaatkan oleh user adalah teknologi handphone. Handphone yang pada dasarnya adalah alat komunikasi, pada saat ini telah berkembang pesat menjadi alat dengan multi fungsi. Fasilitas di dalam handphone yang mendukung teknologi MMS, WAP, video streaming bahkan internet dan berbagai fasilitasnya, dapat mempermudah pengguna mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. akses halaman web menggunakan GPRS dan teknologi 3G, akan sangat memanjakan user karena dapat memberikan kemudahan dalam berbagai hal. Dari beberapa penjelasan diatas maka akan dibuat suatu sistem yang memanfaatkan layanan GPRS. Dengan adanya layanan GPRS melalui handphone akan memudahkan dalam mendapatkan informasi serta melakukan reservasi hotel, sehingga pengguna bisa dengan mudah mendapatkan

¹⁷³ Tri, Kuntoro Priyambodo dan Dodi, Heriadi. 2005. *Jaringan Wi-Fi*. Yogyakarta : Andi.

¹⁷⁴ Pengertian Definisi: *Pengertian Wireless Menurut Para Ahli*.
<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-wireless-menurut-para-ahli/> . Diakses Nop 2019

informasi dimanapun mereka berada tanpa harus pergi ketempat yang menyediakan layanan internet¹⁷⁵.

Dengan fasilitas pendukung yang ada di handphone, maka dapat dibuat berbagai macam aplikasi yang bisa memasarkan pariwisata di Indonesia khususnya Jogjakarta. Sehingga pengguna pariwisata dapat dengan mudah memperoleh informasi yang berhubungan dengan wisata.

4. Komitmen pariwisata Halal

Komitmen adalah suatu keadaan dimana individu menjadi terikat oleh tindakannya sehingga akan menimbulkan keyakinan yang menunjang aktivitas dan keterlibatannya¹⁷⁶.

Adapun pengembangan wisata halal sejalan dengan komitmen pemerintah menjadikan pariwisata sebagai sektor utama pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pemerintah bersama Bank Indonesia dan pemangku kepentingan terkait lainnya, telah menyusun strategi pengembangan industri pariwisata halal Indonesia.

Dalam pengembangan wisata halal, paradigma utama yang perlu dipahami bersama adalah wisata halal tidak bertujuan untuk mengasingkan wisatawan muslim dari kegiatan pariwisata umum, atau untuk membatasi wisatawan nonmuslim di tujuan wisata tertentu.

Pengembangan wisata halal bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan muslim dalam melaksanakan ibadah sesuai syariat agama pada saat bepergian, pada saat yang sama, bagi wisatawan nonmuslim, wisata halal

¹⁷⁵ Hidayatulah Himawan. Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009) ISSN: 1979-2328 UPN "Veteran" Yogyakarta, 23 Mei 2009 E-215. E-TOURISM : *Antara Konsep dan Implementasi Dalam Mendukung Industri Pariwisata Indonesia*. <https://media.neliti.com/media/publications/175155-ID-e-tourism-antara-konsep-dan-implementasi.pdf> diakses 19 Nop 2019.

¹⁷⁶ Steers, R. M., & Porter, L. W. 1983. *Motivation and Work Behavior*. Edisi Ke-3. New York : McGraw Hill Book Company.

diharapkan dapat memberikan layanan wisata yang aman dan sehat sekaligus untuk memperkenalkan ajaran Islam sebagai nilai yang universal¹⁷⁷.

Menurut Ma'ruf Amin, Ketua MUI menegaskan bahwa bagi turis muslim, wisata syariah adalah bagian dari dakwah. Bagi turis yang non-muslim, wisata syariah dengan produk halal ini adalah jaminan sehat sertifikasi halal MUI sudah melewati Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) jadi pasti dijamin sehat dan bersih, yang muslim tak perlu khawatir akan kehalalannya, yang non-muslim bisa yakin bahwa makanan ini pasti bersih¹⁷⁸.

Kriteria umum pariwisata syariah ialah memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, menghindari kemusyrikan dan khurafat, bebas dari maksiat, menjaga keamanan dan kenyamanan, menjaga kelestarian lingkungan, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal¹⁷⁹.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pariwisata syariah memiliki standar kriteria sebagai berikut:¹⁸⁰

- a. Berorientasi pada kemaslahatan umum
- b. Berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan
- c. Menghindari kemusyrikan dan khurafat
- d. Menghindari maksiat, seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.
- e. Menjaga perilaku, etika dan nilai luhur kemanusiaan seperti tidak bersikap hedonis dan asusila

¹⁷⁷ Harry: *Wisata Halal jadi pendorong industri halal Indonesia*
<https://pasardana.id/news/2019/11/15/wisata-halal-jadi-pendorong-industri-halal-indonesia/>
 diakses, Nop 2019

¹⁷⁸ Tohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013), h. 21-22

¹⁷⁹ Sofyan Riyanto. *Op. Cit.* hal. 12

¹⁸⁰ Maulana Hamzah dan Yudi Yudiana, *Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional*.
<http://catatanek18.blogspot.co.id/2015/02/analisiskomparatif-potensiindustri.html> diakses Nop 2019

- f. Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan
- g. Bersifat universal dan inklusif
- h. Menjaga kelestarian lingkungan
- i. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan

Apabila ke 9 Kriteria diatas di internalisasikan dalam usaha penyedia makanan dan minuman maka seluruh restoran, kafe, dan jasa boga di obyek wisata syariah harus terjamin kehalalan makanan yang disajikannya, sejak dari bahan baku hingga proses penyediaan bahan baku dan proses memasaknya¹⁸¹.

Pariwisata merupakan industri yang kelangsungan hidupnya sangat ditentukan oleh baik buruknya lingkungan. Sektor wisata sebagai industri jasa merupakan sektor yang sangat peka terhadap lingkungan. Kerusakan lingkungan seperti pencemaran limbah domestik, kumuh, adanya gangguan terhadap wisatawan, penduduk yang kurang/tidak bersahabat, kesemerautan lalu lintas, kriminalitas, dan lain-lain, akan dapat mengurangi jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Oleh karena itu pengembangan pariwisata harus menjaga kualitas lingkungan.

Kualitas lingkungan meliputi kualitas bentang alam atau pemandangan alamiah itu sendiri. Kualitas ini dapat menurun karena aktivitas manusia. Menurut hukum permintaan wisata, kualitas lingkungan merupakan bagian integral dari suguhan-suguhan alamiah. Dengan demikian, pemeliharaan terhadap kualitas lingkungan menjadi syarat mutlak bagi daya tahan terhadap kompetisi pemilihan tujuan wisata oleh wisatawan. Jika kualitas lingkungan suatu daerah tujuan wisata menurun, maka tempat tersebut cenderung diabaikan¹⁸².

Setiap daerah tujuan wisata mempunyai kemampuan tertentu dalam menerima jumlah wisatawan. Kemampuan ini yang disebut sebagai daya dukung lingkungan. Daya dukung lingkungan dinyatakan dalam jumlah wisatawan per satuan luas daerah tujuan wisata (lokasi) persatuan waktu. Daya dukung lingkungan tersebut berbeda-beda, sesuai dengan faktor psikologis tujuan kegiatan

¹⁸¹ *Ibid*

¹⁸² Mihalic, T. 2000. *Environmental Management of A Tourist Destination. A Factor of Tourism Competitiveness*. Tourism Management Vol 21 (1), h. 65–78.

pariwisata. Misalnya orang yang pergi ke mall, orang merasa senang untuk berdesak-desakan, kalau tidak bersenggolan, sepertinya tidak merasa ke mall. Sebaliknya orang yang pergi ke Museum atau pantai yang romantis, tidak menginginkan jumlah orang yang banyak, ramai, dan bising. Antara mall, Pasar Malam, pantai dan Museum, mempunyai tujuan yang terkait dengan faktor psikologis, sehingga daya dukungnya berbeda.

Faktor lain yang menentukan daya dukung lingkungan yaitu kondisi biofisik daerah tujuan wisata atau lokasi wisata. Lingkungan biofisik menentukan kuat atau rapuhnya suatu ekosistem. Ekosistem yang kuat mempunyai daya dukung lingkungan yang tinggi. Daya dukung lingkungan yang tinggi, lebih banyak dapat menerima sejumlah wisatawan. Daya dukung lingkungan yang kuat, tidak mudah rusak karena gangguan wisatawan, jikalau rusak, maka pengembalian atau pulihnya cepat. Ekosistem puncak gunung atau kawah, misalnya Gunung Bromo, dengan suhu yang rendah, tanah yang asam yang kurang subur, adanya gas beracun seperti uap belerang, merupakan ekosistem yang rapuh. Jika terjadi kerusakan, seperti pengambilan bunga Edelweis yang berlebihan, maka untuk “pulih kembali” memerlukan waktu yang cukup lama. Sebaliknya Plaza atau Mall atau tempat tujuan wisata buatan, seperti taman dan pemandian, mempunyai lingkungan biofisik yang kuat. Artinya dapat menampung lebih banyak wisatawan. Kerusakan ekosistemnya dengan mudah untuk dapat dikembalikan lagi.

Daerah tujuan wisata atau tempat wisata yang mempunyai daya dukung lingkungan yang rendah, haruslah hati-hati dalam pengembangannya. Jumlah wisatawan yang masuk harus dibatasi, serta diawasi dengan baik/ketat. Hal ini untuk mengurangi resiko kerusakan lingkungannya, antara lain pembuangan sampah, sebab sampah lambat membusuk pada daerah yang dingin, terlebih sampah plastik yang tidak dapat didaur ulang oleh alam.

Berbagai macam bidang pariwisata disediakan untuk para wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri, wisata tersebut seperti wisata alam, wisata budaya, wisata buatan (alun-alun kota, taman kota, hutan kota), wisata waterland, dan minat khusus berupa wisata ziarah, wisata kuliner dan wisata belanja. Dari

berbagai macam wisata tersebut yang lebih menarik para wisatawan adalah wisata alam, karena alam Indonesia yang sangat indah untuk dinikmati sebagai penghilang penat dan tempat rekreasi keluarga.

Dari situ pariwisata telah terbukti dapat mendorong pertumbuhan perekonomian melalui berbagai peluang. Yaitu peluang investasi, peluang kerja, peluang berusaha dan akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun disamping itu pariwisata juga menimbulkan masalah dalam kehidupan sosial, budaya, dan pelestarian lingkungan.

Banyak teori dan contoh yang menunjukkan bahwa aktifitas wisata dapat peran yang signifikan dalam pembiayaan program-program konservasi lingkungan hidup. Namun, tetap harus diperhatikan bahwa aktifitas juga mempunyai potensi untuk ikut serta mengarahkan pada kerusakan lingkungan. Perencanaan pembangunan guna melengkapi fasilitas pariwisata sering menimbulkan argumentasi bahwa akan merusak lingkungan. Pemerhati lingkungan melihat bahwa pembangunan yang akan dilakukan merupakan ancaman nyata terhadap keanekaragaman hayati yang ada di dalam atau sekitar kawasan yang akan dikembangkan.

Kerusakan dan pencemaran lingkungan erat kaitannya dengan aktifitas pembangunan yang dilakukan manusia, antara lain disebabkan pertama, kegiatan-kegiatan industri, dalam bentuk limbah, zat-zat buangan yang berbahaya seperti logam berat, zat radio aktif dan lain-lain. Kedua, kegiatan pertambangan, berupa terjadinya perusakan instalasi, kebocoran, pencemaran pembuangan penambangan, pencemaran udara dan rusaknya lahan bekas pertambangan. Ketiga, kegiatan transportasi berupa kepulan asap, naiknya suhu udara kota, kebisingan kendaraan bermotor, tumpahan bahan bakar berupa minyak bumi dari kapal tanker. Keempat, kegiatan pertanian, terutama akibat dari residu pemakaian zat-zat kimia untuk memberantas hama seperti insektisida, pestisida, dan juga pemakaian pupuk organik¹⁸³.

¹⁸³ Absori, 2006, *Deklarasi Pembangunan Berkelanjutan Implikasinya Di Indonesia*. Jurnal Ilmu Hukum. Vol. 9. h. 39-52.

Dalam teori yang kemukakan diatas pariwisata dapat memberikan tiga penyebab yaitu penyebab pertama yakni kegiatan industri, sebagai contoh dengan adanya restoran atau cafe. Ketiga yakni transportasi, karena semakin banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung ke obyek wisata maka bertambah banyak pula transportasi atau kendaraan yang masuk ke obyek wisata tersebut. Membicarakan pencemaran lingkungan akan berkaitan dengan hubungan masyarakat manusia dan alam lingkungan secara kodrati sebenarnya. Manusia dan komunitasnya disamping diberi hak untuk memanfaatkan, juga mempunyai tanggung jawab untuk menyelamatkan dan melestarikan lingkungan¹⁸⁴.

Maka dari itu masyarakatlah yang harus sadar bahwa lingkungan alam disekitar kita sangat penting bagi kehidupan kita bersama dan harus menjaganya bersama-sama tidak melulu menyalahkan pemerintah.

Dibawah ini merupakan dampak yang terjadi akibat perkembangan pariwisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan:

a. Limbah.

Dampak wisata terhadap lingkungan yang dapat diamati dan dirasakan yakni masalah limbah. Limbah yang dihasilkan pengunjung menjadi masalah lingkungan yang dapat mempengaruhi kualitas daerah tujuan wisata. Hal itu mudah terjadi dimana ukuran pembuangan limbah cair yang biasanya dilakukan oleh wisma, hotel, restoran, villa. Tidak dapat dihindari bahwa tempat-tempat tersebut merupakan bagian yang sangat utama dari segi pariwisata, namun tanpa disadari limbah yang dihasilkan dari tempat-tempat tersebut tidak dikelola dengan baik yang menimbulkan rusaknya lingkungan sekitar tempat tersebut. Limbah cair atau air limbah adalah air yang tidak terpakai lagi merupakan hasil dari berbagai kegiatan manusia sehari-hari. Dengan semakin meningkatnya jumlah tempat-tempat tersebut dan meningkatnya manusia yang menggunakan tempat-tempat tersebut maka jumlah limbah cair yang dihasilkan juga mengalami peningkatan. Pada umumnya limbah cair dibuang kedalam tanah, sungai, danau dan laut. Jika jumlah limbah cair yang dibuang melebihi kemampuan alam untuk menerima dan

¹⁸⁴ Absori, 2007, *Advokasi Masyarakat Dalam Penyelesaian Senketa Lingkungan Hidup Di Jaten, Kabupaten Karanganyar*. Warta, Vol. 10. No. 1. h. 68

menampungnya, maka akan terjadi kerusakan lingkungan. Limbah cair merupakan cairan yang dihasilkan dari proses produksi. Limbah cair ini umumnya akan dikumpulkan terlebih dahulu kemudian akan mengalami proses pengolahan ataupun kadangkala langsung dibuang ke perairan atau lingkungan. Pembuangan limbah cair langsung ke lingkungan akan sangat membahayakan karena kemungkinan adanya bahan-bahan berbahaya dan beracun ataupun kandungan limbah yang ada tidak mampu dicerna oleh mikroorganisme yang ada dilingkungan¹⁸⁵.

Berbagai kasus pencemaran lingkungan dan memburuknya kesehatan masyarakat yang banyak terjadi disebabkan karena penanganan dan pengelolaan limbah tersebut belum mendapatkan perhatian yang serius. Limbah cair dapat berdampak berupa kesehatan manusia yang terus menurun karena limbah cair yang diserap oleh tanah dapat merusak sumber air yang biasa digunakan oleh masyarakat melakukan aktifitas sehari-hari, karena biasanya limbah cair tersebut banyak yang berupa limbah kimia atau limbah cair yang susah diuraikan oleh tanah. Selain limbah cair juga terdapat limbah padat atau sampah yang dihasilkan oleh tempat-tempat pariwisata tersebut atau tempat penunjang obyek wisata tersebut. Semakin banyaknya wisatawan yang mendatangi obyek wisata maka akan semakin besar pula limbah sampah yang dihasilkan. Limbah sampah ada dua yaitu sampah organik dan sampah anorganik. Jika yang dihasilkan adalah limbah sampah organik maka limbah tersebut dapat diuraikan oleh alam dengan cepat. Namun, limbah anorganik tidak bisa diuraikan oleh alam dengan cepat bahkan bisa berpuluh-puluh tahun untuk memusnahkan limbah anorganik tersebut. Sampah juga menjadi salah satu masalah dalam lingkungan. Sampah merupakan material sisa yang tidak diinginkan setelah berakhirnya suatu proses.

b. Krisis Sumber Air Bersih

Air mendapatkan polusi dari pembuangan limbah cair (detergen pencucian linen hotel) dan limbah padat (sisa makanan tamu). Limbahlimbah itu mencemari laut, danau dan sungai. Air juga mendapatkan polusi dari buangan bahan bakar

¹⁸⁵ Nur Hidayat, 2016, *Bio Proses Limbah Cair*, Yogyakarta: Andi Offset. h. 1.

minyak alat transportasi air seperti dari kapal. Akibat dari pembuangan limbah, maka lingkungan terkontaminasi, kesehatan masyarakat terganggu, perubahan dan kerusakan vegetasi air, nilai estetika perairan berkurang (seperti warna laut berubah dari warna biru menjadi warna hitam) dan badan air beracun sehingga makanan laut (*seafood*) menjadi berbahaya. Wisatawan menjadi tidak dapat mandi dan berenang karena air di laut, danau dan sungai tercemar. Masyarakat dan wisatawan saling menjaga kebersihan perairan. Guna mengurangi polusi air, alat transportasi air yang digunakan, yakni angkutan yang ramah lingkungan, seperti : perahu dayung, kayak, dan kano. Krisisnya sumber air juga dikarenakan digusurnya tanah-tanah resapan air hujan, lahan-lahan perkebunan dan perhutanan yang dibangun oleh para investor untuk dijadikan restoran, hotel, villa, tempat rekreasi. Air hujan yang gagal diserap oleh tanah berakibat pada sumber mata air bersih yang kering. Selanjutnya masyarakat sekitar juga kekurangan sumber air yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa harus membeli sekarang masyarakat harus membeli air bersih untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seringkali konflik antara pengelola industri wisata terutama pemilik hotel, restoran dan pengembang wisata lainnya melawan penduduk lokal akan muncul. Konflik yang sering terjadi menyangkut pengalihan tata guna air permukaan air dan air tanah. Biasanya pengalihan ini dapat terjadi karena pembelokan aliran air, yakni untuk kepentingan masyarakat lokal dan pertanian setempat menuju pemenuhan sumberdaya air untuk hotel, restoran dan kepentingan wisata lainnya. Banyak pula obyek-obyek pariwisata yang memanfaatkan sumber mata air untuk dijadikan wisata, dan dibangun guna melengkapi fasilitas wisata tersebut. Memang bagusnyafasilitas tempat wisata mempengaruhi banyaknya wisatawan yang datang, namun para investor tidak mempedulikan pembangunan yang dilakukannya akan mengakibatkan dampak yang besar dikemudian hari ketika alam disekitarnya sudah mulai rusak dan ditinggalkan para wisatawan.

c. Pencemaran Udara

Pencemaran udara juga menjadi salah satu masalah lingkungan yang diakibatkan adanya pembangunan perkembangan pariwisata. Udara di daerah lingkungan wisata tercemar oleh asap kendaraan bermotor para wisatawan yang menuju tempat wisata. Asap tersebut merupakan asap yang keluar dari gas buang kendaraan bermotor yang setiap harinya bertambah karena bertambah pula jumlah kendaraan yang datang ke obyek wisata tersebut. Dampak dari fenomena ini yakni tercium bau yang tidak sedap dari gas buang kendaraan dan suasananya cenderung menjadi lebih panas. Polusi udara mengakibatkan ketidak nyamanan masyarakat yang berada di sekitar obyek wisata. Udara yang semula sejuk perlahan berubah menjadi tidak sejuk lagi¹⁸⁶.

d. Dampak Terhadap Kehidupan Liar

Salah satu sektor pembangunan yang sangat berpotensi dan tidak jarang memeberikan ekses pengorbanan, khususnya untuk bidang ekologi dan lingkungan hidup adalah sektor kehutanan dengan ekses- ekses menyusutnya cadangan-cadangan hutan dan rusaknya ekosistem hutan dalam rangka pengeloaan konsensi hutan. Pembalakan liar, pembabatan pepohonan, bahaya kebakaran hutan (akibat api unggun di perkemahan), koleksi bunga, tumbuhan dan jamur untuk kebutuhan wisatawan merupakan beberapa kegiatan yang merusak vegetasi. Akibatnya, terjadi degradasi hutan (berpotensi erosi lahan), perubahan struktur tanaman (misalnya pohon yang seharusnya berbuah setiap tiga bulan berubah menjadi setiap enam bulan, bahkan menjadi tidak berbuah), hilangnya spesies tanaman langka dan kerusakan habitat tumbuhan. Ekosistem vegetasi menjadi terganggu dan tidak seimbang. Berkurangnya lahan hutan dan perkebunan mengakibatkan berkurangnya habitat tumbuhan di hutan dan hewan. Pohon-pohon ditebang, digusur digunakan untuk kepentingan pariwisata yang menurut penulis kepentingan tersebut adalah kepentingan pribadi. Pepohonan tersebut dihilangkan tanpa adanya rasa bersalah dan tidak ada tindakan lanjutan seperti mengganti pohon yang mereka tebang atau disebut rebosaisasi. Hilangnya banyak pepohonan di bumi sangat berpengaruh terhadap pasokan oksigen di bumi

¹⁸⁶ Liga Suryadana.Op.Cit. h. 222

ini. Selain itu juga pohon sangat berpengaruh dalam menyerap air hujan untuk masuk kedalam tanah, jika pepohonan tidak ada maka air masuk kedalam tanah juga berkurang. Selain itu juga pohon mengurangi erosi pada tanah yang biasanya mengakibatkan banjir bandang di sungai-sungai atau tanah longsor di daerah pegunungan atau perbukitan. Kehidupan satwa liar menjadi daya tarik wisata yang luar biasa. Wisatawan terpesona dengan pola hidup hewan. Namun, kegiatan wisata mengganggu kehidupan satwa-satwa tersebut. Komposisi fauna berubah akibat: pemburuan hewan sebagai cinderamata, pelecehan satwa liar untuk fotografi, eksploitasi hewan untuk pertunjukan, gangguan reproduksi hewan (berkembang biak), perubahan insting hewan (contoh hewan komodo yang dahulunya hewan ganas menjadi hewan jinak yang dilindungi), migrasi hewan (ketempat yang lebih baik). Jumlah hewan liar berkurang, akibatnya ketika wisatawan mengunjungi daerah wisata, ia tidak lagi mudah menemukan satwa-satwa tersebut

e. Bencana alam

Bencana alam merupakan konsekuensi dari kombinasi aktivitas alami baik peristiwa fisik, seperti letusan gunung, gempa bumi, tanah longsor, dan aktivitas manusia. Ketidakterdayaan manusia akibat kurangnya manajemen kesiapsiagaan dan keadaan darurat menyebabkan kerugian dalam bidang keuangan dan struktural, bahkan sampai kematian¹⁸⁷. Bencana alam adalah dampak terbesar yang terjadi ketika alam disekitar kita rusak, entah rusak karena alam sendiri atau rusak karena ulah manusia yang tidak bertanggung jawab. Tempat wisata yang sering terjadi bencana adalah daerah pegunungan atau dataran tinggi lalu daerah pantai. Daerah pegunungan atau dataran tinggi sering banyak terjadi bencana yaitu tanah longsor, banjir bandang dan kebakaran hutan saat kemarau panjang. Tanah longsor biasanya diakibatkan karena hutan disekitar pegunungan atau dataran tinggi di gusur dan digunakan untuk kepentingan pribadi dan investasi yaitu restoran, hotel dan villa sebagai penunjang fasilitas obyek wisata. Selain itu

¹⁸⁷ Khambali I, 2017, *Manajemen Penanggulangan Bencana*, Yogyakarta: Andi Offset. h. 1.

terjadi bencana banjir bandang yang masalahnya sama yaitu penggundulan hutan untuk kepentingan pribadi atau investasi tanpa memperhatikan jangka panjangnya. Didaerah pantai biasanya terjadi abrasi oleh air laut sehingga tebing-tebing longsor dan tidak sedikit tebing-tebing tersebut di hancurkan dan digunakan untuk kepentingan pribadi dibuat jalan menuju obyek wisata sebagai fasilitas yang mendukung pariwisata. Namun sekali lagi tidak memperhatikan apa dampak yang terjadi kedepannya yang paling penting adalah para wisatawan mendapat kenyamanan berwisata.

J. Services / Pelayanan

Services / pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan¹⁸⁸.

Moenir di dalam bukunya yaitu *manajemen pelayanan umum di indonesia*, yang mengatakan bahwa pelayanan ialah sebuah proses pemenuhan kebutuhan yang melalui aktivitas orang lain secara langsung¹⁸⁹. Dimana penekanan terhadap definisi pelayanan diatas ialah pelayanan yang diberikan karena menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang didalam rangka untuk mencapai tujuan guna untuk bisa mendapatkan kepuasan didalam hal pemenuhan kebutuhan.

Sedangkan Brata mengeluarkan definisi yang tidak sama atau berbeda di dalam karyanya yang mempunyai judul dasar-dasar pelayanan prima, beliau mengatakan bahwa “Suatu pelayanan akan terbentuk dikarenakan adanya sebuah proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan pada pihak yang dilayaninya”. Dan selain itu juga brata menambahkan bahwa suatu pelayanan bisa terjadi diantara seseorang dengan seseorang yang lain, seseorang dan juga dengan

¹⁸⁸ Atik,dan ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

¹⁸⁹ A.S Moenir. 1992. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
h : 16

kelompok, atau juga kelompok dengan seseorang seperti halnya orang-orang yang berada didalam sebuah organisasi. Yang juga memberikan pelayanan pada orang-orang yang ada di sekitarnya yang juga membutuhkan sebuah informasi organisasi itu sendiri¹⁹⁰.

Menurut Freed luthans mengatakan bahwa pelayanan adalah sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang menyangkut segala masalah yang ditujukan orang lain untuk menyelesaikan masalah¹⁹¹.

Ada empat karakteristik pokok pada service yang membedakannya dengan produk barang, yaitu: ¹⁹²

1. *Intangibility*, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Jasa berbeda dengan barang, jika barang menggunakan objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja atau usaha.
2. *Inseparability*, barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Variability*, jasa bersifat sangat variabel karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak bentuk variasi, kualitas dan jenis yang tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
4. *Perishability*, jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dan mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi, antara lain:¹⁹³

1. Tangibles / bukti langsung

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

¹⁹⁰ Atep Adya Barata. (2003). *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Elex Media Kompetindo h. 9

¹⁹¹ Luthans, Fred. 1995. *Organizational Behavior*. Sixth edition. McGraw-Hill International Edition. Management series. New york. h. 46

¹⁹² Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.

¹⁹³ Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 1998 SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing* Vol. 64 No. 1, h. 12-37.

2. Reliability / Keandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

3. Responsiveness / Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

4. Assurance / Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

5. Emphaty / Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu.

Sedangkan menurut Gunn, komponen sediaan pariwisata terdiri atas atraksi, servis atau pelayanan, transportasi, informasi dan promosi¹⁹⁴.

1. Atraksi

Merupakan daya tarik utama orang melakukan perjalanan, atraksi memiliki dua fungsi yaitu sebagai daya pikat, perangsang orang untuk melakukan perjalanan dan sebagai pemberi kepuasan kepada pengunjung.

2. Servis

Merupakan pelayanan atau fasilitas-fasilitas yang disediakan termasuk didalamnya fasilitas tempat ibadah, restoran Halal atau rumah makan Halal, Hotel yang Halal serta kompenen lain seperti agen perjalanan, serta toko - toko yang menyajikan barang khas daerah yang Halal.

a. Restoran Halal

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum¹⁹⁵.

¹⁹⁴ Gunn. Clare A. and Var. 2002. *Tourism Planning: Basics Consepts Cases*. London : Routledge. h. 41-57

Definisi lain, restoran merupakan suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan minuman¹⁹⁶.

Sedangkan kata halal dalam ensiklopedi hukum Islam yaitu: segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara'¹⁹⁷.

Maka dapat di simpulkan restoran halal adalah tempat dimana disediakan secara komersial makanan dan minuman yang mana asal, proses pengerjaannya dan di sajikan sudah sesuai menurut syara'. Kebutuhan paling mendasar dari wisatawan Muslim dalam menjalankan wisatanya adalah adanya fasilitas makanan dan minuman yang memiliki jaminan halal tersedia saat melakukan wisata. Makanan dan minuman ini tentunya di dapatkan dari restoran dan rumah makan yang berada di daerah wisata. Dengan terjamin nya makanan dan minuman yang halal di restoran dan rumah makan yang halal pula, hal ini akan menciptakan kenyamanan bagi wisatawan muslim dalam melakukan perjalanan wisata nya. Dan sebaliknya apabila kondisi ketersediaan makan dan minum yang Halal susah di dapat maka wisatawan muslim akan dapat mempersingkat kunjungannya atau bahkan membatalkan hanya karena alasan ketersediaan restoran dan rumah makan yang halal sulit didapatkan di daerah objek wisata yang dikunjunginya.

b. Mesjid

Di lihat dari segi harfiah, perkataan masjid berasal dari kata bahasa Arab. Masjid berasal dari pokok *sujudan*, dengan *fi'il madli sajada* yang berarti tempat sujud atau tempat sembahyang, dan karena berupa isim makan, maka diberi awalan "ma" yang kemudian berubah kata menjadi *masjidu*. Umumnya dalam bahasa Indonesia huruf "a" menjadi "e", sehingga kata masjid ada kalanya disebutkan dengan masjid¹⁹⁸.

¹⁹⁵ Marsum W.A (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Percetakan Andi.

¹⁹⁶ *ibid*

¹⁹⁷ Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. ke-1 (Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996), h. 505-506.

¹⁹⁸ Sidi Gazalba, *Mesjid Pusat Ibadah dan Kebudayaan Islam*. (Jakarta: Pustaka Al-Husna, Cetakan V, 1989), h. 118

Dalam agama Islam, Sholat merupakan kewajiban bagi setiap muslim dan merupakan salah satu dari 5 rukun Islam. Sholat tidak bisa ditinggalkan oleh seorang muslim meskipun sedang melakukan perjalanan untuk berwisata atau keperluan lainnya. Untuk dapat memenuhi kebutuhan ini, fasilitas yang harus tersedia adalah ruangan untuk melaksanakan sholat, seperti masjid ataupun musholla yang akan sangat dibutuhkan wisatawan muslim di daerah objek wisata atau selama di perjalanan dari dan menuju objek wisata. Dengan tersedianya fasilitas beribadah sholat bagi wisatawan muslim selama dalam perjalanan wisatanya hal ini akan menjamin kenyamanan dalam berwisata Halal selama berada di daerah objek wisata ayau dalam perjalan pergi dan menuju daerah objek wisata tersebut. Selain tersedianya tempat untuk sholat baik Mesjid maupun Musholla, juga harus di dukung ketersediaan air bersih untuk kebutuhan berwudhu' sebagai salah satu rukun sholat.

c. Hotel

Menurut definisinya hotel adalah salah satu bidang usaha yang bergerak dalam bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamunya yang menginap seperti, pelayanan kantor depan, tata graha, makan dan minum, rekreasi, dan lain sebagainya¹⁹⁹.

Dapat diartikan pula , bahwa hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki oleh hotel tersebut. Syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia.

Jadi dapat didefinisikan bahwa, Hotel Syariah adalah hotel yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan, dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang

¹⁹⁹ Agung Purnama Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta, CV Andi Offside, 2013), h. 2

ditetapkan pemerintah, industri, dan syariah²⁰⁰. Dalam pengertian lain bahwa hotel syariah adalah hotel sebagaimana lazimnya, yang oprasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah atau pedoman ajaran Islam, guna memberikan suasana tentram, nyaman, sehat dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun non-muslim²⁰¹.

Usaha Hotel adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan²⁰².

Usaha Hotel Syariah digolongkan menjadi 2 (dua), yaitu:

- 1). Hotel Syariah Hilal-1
- 2). Hotel Syariah Hilal-2.

Dalam kriteria Wisata Halal akomodasi adalah salah satu hal yang penting, seperti halnya Hotel Syari'ah yang menjadi pendukung dalam wisata halal.

Hotel Syariah adalah Hotel dengan Konsep Syariah Islam, yaitu Hotel yang menerapkan Syariah Islam ke dalam operasional Hotel²⁰³.

Kehadiran Hotel dengan Konsep Syariah ini mengurangi image masyarakat bahwa Hotel menjadi tujuan atau tempat maksiat, karena dengan Hotel Konsep Syariah, maka peraturan-peraturan yang dijadikan acuan untuk menjalankan operasionalnya adalah Hukum Syariah Islam. Pelayanan yang disediakan oleh Hotel Syariah adalah hanya menyediakan makanan dan minuman halal, Dilarang sekamar untuk tamu non-mahram, tersedia quran dan sajadah dalam kamar, tersedia musholla dalam hotel yang mengumandangkan azan 5 waktu. Tidak ada diskriminasi agama, keluarga dari tamu semua crew hotel

²⁰⁰ Ahmad Saepudin, *Analisis Perbandingan Hotel dan Pariwisata Syariah dan Konvensional*, Makalah, Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis, diselenggarakan oleh Magister Manajemen Syariah Bogor: Institut Pertanian Bogor, Februari 2014

²⁰¹ Muhammad, *Lembaga Perekonomian Islam Perspektif Hukum, Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017), h. 414.

²⁰² Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia NO 2 Thn 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah
file:///C:/Users/PC/Downloads/SALINAN%20PERMEN%20TENTANG%20PEDOMAN%20HOTEL%20SYARIAH.pdf di akses Nop 2019.

²⁰³ Suryomurti (2014), *Kriteria Wisata Halal – Hotel Syari'ah*.
<http://www.wikusuryomurti.com/mengenal-hotel-syariah/> / diakses Nop 2019

berpakaian sopan dan Islami. Menurut Kemenpar (2014) Kriteria Hotel Syari'ah meliputi 3 aspek yaitu : produk, pelayanan, dan pengelolaan²⁰⁴. Dalam aspek produk terdapat 8 unsur yaitu:

- 1). Toilet Umum (*Public Rest Room*) tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan, dan tersedia peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset
- 2). Kamar Tidur Tamu tersedia sajadah (*on request*), tersedia Al Quran, tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun, serta tidak ada minuman beralkohol di mini bar.
- 3). Kamar Mandi Tamu tersedia peralatan yang praktis di kamar mandi tamu untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset, tersedia peralatan untuk berwudhu yang baik di kamar mandi tamu, dan tersedia kamar mandi tamu yang tertutup.
- 4). Dapur tersedia dapur/pantry khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dari dapur biasa, dan dapur/pantry mengolah makanan dan minuman halal.
- 5). Ruang Karyawan tersedia peralatan untuk bersuci yang baik di kloset karyawan, tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan, tersedia peralatan untuk berwudhu di kamar mandi karyawan, tersedia tempat ganti pakaian terhindar dari pandangan di masing-masing ruang ganti.
- 6). Ruang Ibadah Ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat, area shalat laki-laki dan perempuan ada pembatas/pemisah, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, tersedia sirkulasi udara yang baik berupa alat pendingin/kipas angin, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu laki-laki dan perempuan terpisah, tersedia tempat wudhu dengan kondisi bersih dan terawat, tersedia instalasi air bersih untuk wudhu, tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan kondisi baik.
- 7). Kolam Renang tersedia dalam ruangan dan atau terhindar dari pandangan umum

²⁰⁴ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2014. *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Jakarta.

8). Spa tersedia ruang terapi yang terpisah antara pria dan wanita, tersedia bahan terapi yang berlogo halal resmi.

Dalam aspek pelayanan terdapat 6 unsur yaitu:²⁰⁵

- 1). Kantor Depan melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat dengan hotel, memberikan informasi jadwal waktu shalat, memberikan informasi kegiatan bernuansa Islami (bila ada), memberikan informasi restoran / rumah makan halal.
- 2). Tata Graha Penyediaan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, penyediaan AlQuran, menyiapkan area / ruangan untuk shalat Jumat (bila tidak ada Mesjid yang dekat dengan hotel).
- 3). Makan dan minum Tersedia pilihan makanan dan minuman halal, menyediakan Ta'jil pada bulan Ramadhan, menyediakan makan sahur pada bulan Ramadhan.
- 4). Olahraga, rekreasi dan kebugaran Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita. Instruktur kebugaran pria khusus untuk pria dan wanita khusus untuk wanita
- 5). Spa (Apabila Ada) Spa hanya melayani pijat kesehatan dan perawatan kecantikan, terapis pria khusus untuk pria dan terapis wanita khusus untuk wanita, terapis menghindari menyentuh dan melihat area sekitar organ intim, apabila tersedia bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama, apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan.
- 6). Fasilitas Hiburan Tidak ada fasilitas Hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila, apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam. Dalam aspek pengelolaan terdapat 2 unsur yaitu:
 - a). Manajemen Usaha Memiliki dan menerapkan Sistem Jaminan Halal
 - b). Sumber Daya Manusia Seluruh karyawan dan karyawan perempuan memakai seragam yang sopan.
 - d. Atraksi / Attraction (Daya Tarik)

²⁰⁵ *Ibid*

Pada dasarnya pariwisata berkembang di suatu tempat, karena tempat tersebut memiliki daya tarik yang mampu mendorong wisatawan untuk datang mengunjungi berupa atraksi.

Atraksi wisata yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati seperti : tari-tarian, nyanyian kesenian rakyat tradisional, upacara adat, dan lain – lain²⁰⁶. Tourism disebut attractive spontance, yaitu segala yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang – orang agar mau datang berkunjung ke tempat tujuan wisata.

Di bidang kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat atau sebagai sasaran wisata disebut “atraksi”, atau lazim dinamakan “objek wisata”²⁰⁷.

Daya tarik dibagi menjadi 3 kategori, yaitu :²⁰⁸

- 1). *Natural attraction* yaitu daya tarik yang tumbuh dari bentukan dan lingkungan alami. Jenis Natural attraction yaitu iklim, pemandangan, flora dan fauna serta keunikan alam lainnya.
- 2). *Cultural attraction* yaitu daya tarik yang berasal dari bentukan lingkungan dan budaya aktivitas manusia. Cultural attraction mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional.
- 3). *Special types of attraction* yaitu daya tarik yang tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi atraksi yang berasal dari buatan manusia yaitu theme park, circus, shopping.
3. Promosi

Merupakan kegiatan yang penting dalam pengembangan pariwisata Halal yang dapat dilakukan oleh pemerintah atau swasta. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan dengan memasang iklan melalui kegiatan kehumasan maupun memberikan intentif, misalnya potongan tiket masuk.

4. Transportasi

²⁰⁶ Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata.

²⁰⁷ Pendit, N.S. 2003, *Op.cit* hal 16

²⁰⁸ Inskeep Edward (1991). *Tourism and Planning An Integrated And Sunstaintable Development Approach*. New York : Van Norstand Reinhold.

Merupakan komponen penting dalam sistem kepariwisataan yang berarti pula sebagai aksesibilitas atau kemudahan untuk mencapai ke suatu lokasi daya tarik wisata.

5. Informasi

Adalah adanya informasi perjalanan destinasi wisata halal, informasi dapat disajikan dalam bentuk peta, buku petunjuk, artikel dalam majalah, brosur maupun melalui internet.

Kebutuhan wisata halal tidak dapat pula terlepas dari Informasi atas wisata halal tersebut, karena perjalanan wisata yang di pilih oleh wisatawan merupakan hasil seleksi dari pilihan beberapa destinasi wisata halal yang didapat oleh wisatawan melalui peta, buku petunjuk, artikel dalam majalah, brosur maupun melalui internet.

Meskipun pada praktiknya sektor swasta yang memberikan pelayanan langsung kepada wisatawan, pemerintah bersama penyedia produk dan layanan jasa pariwisata dapat bekerja sama dalam sejumlah bidang guna membangun awareness dan mendukung destinasi wisata halal.

K. Destinasi Pariwisata Prioritas

Prioritas pariwisata merupakan keutamaan kepentingan kepariwisataan guna untuk mengembangkan wisata. Berawal dari perjuangan menetapkan kata pariwisata di Indonesia Musyawarah Nasional Turisme II di gelar di Teretes JawaTimur (Surabaya) pada tanggal 14 Juni 1958²⁰⁹. Bahwa prioritas atau keutamaan perkembangan pariwisata sangatlah penting karena kemajuan pariwisata dapat membantu kehidupan sosial masyarakat. Potensi perkembangan pariwisata adalah sebuah usaha untuk memajukan pariwisata itu sendiri.

Sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya objek daya tarik wisata yang kuat maka

²⁰⁹ NadjamuddinRamly, *Pesona Jakarta: Kota Wisata Ramah Lingkungan*, (Jakarta: Grafindo Khazanah Ilmu Jakarta, 2007), h. 43

menjadi magnet untuk menarik para wisatawan. Pengembangan kepariwisataan haruslah memiliki tiga aspek penting produk pariwisata, yaitu:²¹⁰

1. Atraksi Merupakan pusat dari industri pariwisata. Maksudnya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Biasanya mereka tertarik pada Suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah :

- a. Keindahan alam
- b. Iklim dan cuaca.
- c. Kebudayaan.

2. Amenitas Merupakan berbagai fasilitas penunjang para wisatawan untuk berwisata ke suatu daerah tujuan wisata dengan kenyamanan dan kepuasan tersendiri. Hal tersebut antara lain lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan dan lainlain.

3. Aksesibilitas Berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian suatu objek wisata. Serta unsur pendukung lainnya (pelaku industri pariwisata, masyarakat dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan wisatawan

Terkait dengan upaya terhadap kemajuan pariwisata Indonesai, pemerintah kembali menargetkan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara (Internasional) di tanah air pada tahun 2019 sebanyak 20 juta orang. Untuk mewujudkan target tersebut pemerintah Indonesia memprioritaskan 10 destinasi wisata yang akandisegerakan pembangunannya yaitu: Danau Toba (Sumatra Utara), TanjungKelayang (Belitung), Tanjung Lesung (Banten), Kepulauan Seribu (Jakarta), CandiBorobudur (Yogyakarta), Bromo Tengger Semeru (di Jawa

²¹⁰ A.J, Mulyadi. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
h 89

Timur), Mandalika (Nusa Tenggara Barat), Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), Taman Nasional Waka Tobi, dan Morotai (Maluku Utara)²¹¹.

Menurut Dadang Risky Ratman, bahwa pembentukan pariwisata prioritas harus memiliki sistematika dalam pembangunan destinasi pariwisata prioritas tahun 2016-2019, yaitu :²¹² sebuah sistematika; *Strategic Rationale*, Kebijakan dan Strategi Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata, Impelementasi Kebijakan dan Strategi Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata tahun 2016, dan terakhir adalah Dukungan Lintas Sektor. *Strategic Rationale* merupakan pariwisata dunia sebagai kunci pembangunan, kesejahteraan dan kebahagiaan: sektor unggulan (*tourism aleading sektor*), harus meningkatnya destinasi dan investasi pariwisata, menjadikan pariwisata sebagai faktor kunci dalam pendapatan ekspor, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan infratraktur. Pariwisata telah mengalami ekspansidan diversifikasi berkelanjutan, menjadi salah satu sektor ekonomi yang terbesar serta tercepat pertumbuhan didunia, meskipun krisis global terjadi beberapa kali, jumlah perjalanan wisatawan internasional tetap menunjukkan pertumbuhan yang positif.

Impelementasi kebijakan dan strategi pengembangan destinasi merupakan pengembangan destinasi pariwisata melalui pendekatan pengembangan destinasi pariwisata produk, yaitu; atraksi yaitu berupa diversifikasi aktivitas wisata, manajemen pengunjung (*visitor management*), dan sadar wisata), menyediakan seluruh elemen sarana yang mendukung pariwisata; infrastruktur jalan, bandara, jalan kereta api, perlengkapan meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan, dan sarana transportasi umum dan meliputi peraturan pemerintah terhadap pelaksanaan peraturan transportasi dan lain-lain. Semua elemen tersebut sering disebut dengan aksesibilitas yaitu sarana (modal tranpostasi angkutan jalan,

²¹¹ Arif Yahya “*Menteri pariwisata*” <http://www.bkn.go.id/berita/menteri-pariwisata> 2016-target-kunjungan-12-juta-wisatawan-mancanegara-dan-260-juta-wisatawan nusantara diakses Nop 2019

²¹² Dadang Rizki Ratman, *Op. Cit* h. 2-36.

sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, dan lain-lain), prasarana (pelabuhan laut, bandara, stasiun)²¹³.

Sistem transportasi (informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda), amenitas yaitu prasarana umum (listrik, air, telekomunikasi, pengelolaan ilmiah), fasilitas umum (keamanan, keuangan perbankan, bisnis, kesehatan, sanitasi, dan kebersihan, khusus bagi penderita cacat fisik, anak-anak dan lanjut usia, rekreasi, lahan parkir dan ibadah), fasilitas pariwisata (akomodasi, rumah makan/restoran, informasi dan layanan pariwisata, keimigrasian, TIC dan e-tourism kios, polisi pariwisata dan satuan tugas wisata, toko cindramata, penunjuk arah papan informasi wisata-rambu lalu lintas wisata, bentuk bentang lahan), standarisasi dan sertifikasi usaha pariwisata²¹⁴.

Dukungan Lintas Sektor adalah pembangunan terhadap sepuluh destinasi yang terpilih menjadi pariwisata prioritas yaitu Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, kepulauan Seribu, Danau Toba, Wakatobi, Tanjung Lesung, Marotai dan Tanjung Kelayang²¹⁵.

Pengembangan destinasi pariwisata berkaitan dengan keamanan, kenyamanan, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat. Dalam hal tersebut maka tujuan pengembangan destinasi pariwisata untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi (tempat) pariwisata. Beberapa peluang dalam pengembangan destinasi pariwisata. Seperti sumber daya alam, prioritas kepariwisataan, daya saing harga, sumber daya manusia, keselamatan dan keamanan²¹⁶.

Dalam mengembangkan destinasi pariwisata mestinya memiliki kendala-kendala yang dapat menghambat perkembangan pariwisata, kendala pengembangan destinasi wisata: infrastruktur pariwisata, kebersihan dan kesehatan,

²¹³ Lia Afriza, Holili Abadi, *Pengaruh Atraksi Pariwisata Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Cimaja Cikakak Sukabumi*, dalam *Jurnal Tourism Selenlifie Journal* Vol. 1 Nomor 1 (Program Studi Manajemen Pariwisata, STIEPAR Yapari Aktripa Bandung, 2015), h. 94.

²¹⁴ *Ibid.*

²¹⁵ Iqbal Alamsjah, Paparan Kementerian Pariwisata RI untuk KLDi ke-6 2016, dalam *Wonderful Indonesia*, (Yogyakarta: 2016), h. 36-37

²¹⁶ Dadang Rizki Ratman, *Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas*. h. 15

aksesibilitas (*connectivity, seat capacity, dan direct flight*), regulasi (ijin masuk kapal layar/ yacht, visa bea cukai)²¹⁷.

Dalam meningkatkan potensi prioritas pariwisata Presiden RI Joko Widodo mengumumkan surat edaran tentang: No:B-652/Seskab/Maritim/11/2015, tanggal 6 November 2015, yaitu tentang 10 destinasi pariwisata prioritas, yaitu tentang perbaikan 10 destinasi prioritas pariwisata dengan mendukung dan memperkuat kebijakan, program dan kegiatan yang diperlukan sehingga benar-benar terlihat perubahannya. Perbaikan meliputi: kelembangan pengelola, infrastruktur (termasuk jalan, pelabuhan dan bandara, ketersediaan listrik, bahan bakar minyak, air bersih), manajemen promosi daerah, ketersediaan fasilitas umum, penataan pedagang, penataan lingkungan, serta penerimaan masyarakat dan fasilitas-fasilitas lainnya²¹⁸.

L. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*)²¹⁹.

Strategi pada prinsipnya berkaitan dengan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana dan prasarana. Oleh karena itu strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah haruslah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata²²⁰.

²¹⁷ Ratman. *Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas*. h. 18

²¹⁸ Ratman, *Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas*. h. 33

²¹⁹ Craig dan Grant. 1996. *Manajemen Strategi*, Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

²²⁰ Primadany, Ryalita Sefira, Mardiyono, Riyanto. 2013. *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah* (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 4, h. 135.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolution) dan perubahan secara bertahap²²¹.

Pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan²²².

Pengembangan wisata pada hakekatnya adalah suatu proses dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang telah ada. Pengembangan wisata dapat berupa kegiatan pembangunan, pemeliharaan dan pelestarian tanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya. Pengembangan wisata juga merupakan kegiatan pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada²²³. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas lokal; Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis serta pendistribusikan merata

kepada masyarakat; Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi kepada teknologi kooperatif; dan Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai penyumbang tradisi negara. Pengembangan wisata hanya dapat dikembangkan dengan menggunakan suatu strategi khusus.

²²¹ Undang-Undang RI Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.

²²² Alim Sumarno. 2012. Penelitian Kausalitas Komparatif. Surabaya: elearningunesa

²²³ Chafid Fandeli, *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, (Yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada, 1995), h. 24.

Strategi pengembangan daerah tujuan wisata diharapkan dalam rangka peningkatan produktifitas sumber daya hutan dalam aspek pembangunan ekonomi regional maupun nasional dan dihadapkan pada kondisi interaksi kawasan hutan, pemerintah, masyarakat dan pihak swasta dalam suatu tata ruang wilayah, yang meliputi (Departemen Kehutanan, 2007)²²⁴.

1. Aspek Perencanaan Pembangunan Daerah Tujuan Wisata Aspek ini mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan ruang, standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi antar sektoral, pembiayaan serta sistem informasi.
2. Aspek Kelembagaan Aspek ini meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas lembaga sebagai mekanisme yang mengatur berbagai kebijakan secara operasional.
3. Aspek Sarana Dan Prasarana Aspek ini memiliki 2 sisi kepentingan, yakni :
 - a. alat pemenuhan kebutuhan pariwisata alam,
 - b. alat pengendali keseimbangan lingkungan, pembangunan sarana dan prasarana.
4. Aspek Pengelolaan Aspek ini meliputi pengembangan profesionalisme dan pengelolaan daerah tujuan wisata yang mendorong kegiatan wisata alam serta pemanfaatan potensi secara lestari.
5. Aspek Pengusahaan Aspek ini melalui pemberian kesempatan dan pemanfaatan daerah tujuan wisata demi tujuan komersial wisata kepada pihak ketiga serta membuka lapangan kerja masyarakat setempat.
6. Aspek Pemasaran Aspek ini memanfaatkan teknologi dan kerjasama dari berbagai pihak dari dalam atau luar negeri.
7. Aspek Peran Serta Masyarakat Aspek ini meliputi kesempatan usaha serta turut membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat.
8. Aspek Penelitian Dan Pengembangan Aspek ini berupa aspek fisik lingkungan dan sosial ekonomi dari daerah tujuan wisata yang diharapkan akan mampu menyediakan informasi bagi pembangunan dan pengembangan kawasan, kebijakan dan strategi pemanfaatan daerah tujuan wisata.

²²⁴ Departemen Kehutanan. 2007. *Peraturan Menteri Kehutanan No. P.03/Menhut-II/2007 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Taman Nasional*. Departemen Kehutanan. Jakarta.

Perencanaan adalah tahap awal dari pengembangan dalam mencapai tujuan tertentu. Tahap perencanaan diharapkan mampu terpadu dalam pelibatan segala pihak dan tetap mengacu pada rencana pengembangan lokal, regional, nasional. 30 Kriteria-kriteria yang harus diperhatikan dalam tahap perencanaan adalah sebagai berikut : ²²⁵

1. Rencana pengembangan ekowisata yang semestinya berpedoman pada rencana pengelolaan kawasan;
 2. Mempertimbangkan kondisi lingkungan atau ekologi;
 3. Mempertimbangan daya tarik, karakteristik alam dan prospek pemasaran daya tarik;
 4. Mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi dan budaya;
 5. Memperhatikan tata ruang;
 6. Melaksanakan analisa potensi dan kendala terhadap potensi sumber daya dan karakter alam, analisa usaha, analisa dampak lingkungan, analisa ekonomi, analisa pemanfaatan ruang, analisa sosial;
 7. Merancang action plan dengan berdasarkan analisa yang telah dilakukan sebelumnya;
 8. Melaksanakan public hearing terhadap rencana yang akan dikembangkan
- Pengelolaan dikatakan berhasil jika suatu daerah tujuan wisata terdapat dukungan dan penghargaan oleh masyarakat setempat. Terdapat 3 alasan utama dalam pelibatan masyarakat untuk pengembangan pariwisata yakni alasan moral, ekonomi dan lingkungan. Pemanfaatan nilai dan jasa lingkungan, keunikan seni dan budaya masyarakat semestinya dapat meningkatkan dampak positif bagi masyarakat di samping turut menunjang pengembangan wilayah dan pelestarian lingkungan. Nilai tambah ekonomi yang didapatkan oleh masyarakat akan

²²⁵ [Ditjen PKKH] Direktorat Jenderal Pengendalian Kerusakan Keanekaragaman Hayati, Badan Pengendalian Dampak Lingkungan. 2001. *Kriteria Pengembangan Ekowisata di Taman Nasional dalam rangka pengendalian kerusakan keanekaragaman hayati di Taman Nasional dan Taman Wisata Alam. Jakarta*. www.ekowisata_indonesia.ekowisata.org di akses Nop 2019.

memberikan motivasi demi tujuan konservasi sumber daya alam, seni dan budaya²²⁶.

Ekowisata dikembangkan harus dipandang sebagai sebuah aktifitas pembangunan biasa saja dalam kerangka pemberdayaan masyarakat lokal. Pada akhirnya ekowisata akan menjadi piranti demokratisasi dalam pengelolaan sumber daya alam sekaligus sebagai bentuk apresiasi terhadap kekayaan yang dimiliki oleh masyarakat lokal. Roda perekonomian di dalam masyarakat dapat meningkatkan *multiplier effect* sehingga berdampak pada perkembangan perekonomian lokal. Pada jangka panjang, kondisi ini akan memotivasi masyarakat dalam melestarikan aset wisata di kawasan tersebut.

Strategi yang dapat digunakan adalah menggunakan metode analisis SWOT. SWOT merupakan metode yang sangat lazim dan banyak digunakan dalam segala segi pengembangan bisnis termasuk pariwisata, strategi ini dilakukan dengan pengevaluasian terhadap kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek. SWOT merupakan sebuah alat analisis yang efektif dan efisien sebagai alat yang cepat dalam menemukan kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan awal program-program inovasi baru dalam kepariwisataan. Penggunaan analisis SWOT dalam skenario pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:²²⁷ Kekuatan (*strengths*) adalah mengetahui potensi wisata suatu wilayah, maka akan dapat bersaing dalam pasar dan mampu untuk pengembangan selanjutnya. Hal ini dapat digunakan untuk meraih peluang; Kelemahan (*weakness*) adalah segala sesuatu yang dapat merugikan sektor pariwisata.

Pada umumnya kelemahan-kelemahan yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya promosi, pelayanan yang tidak maksimal, kurang profesional dalam pengadaan pariwisata di lapangan, dan sulitnya lokasi dijangkau; Kesempatan (*opportunities*) adalah semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian; Ancaman

²²⁶ Al-Aziz, Sulthoni. 2000. *Rehabilitasi Mental Terhadap Wanita Tuna Susila Melalui Pendidikan Agama Islam di Panti Sosial Karya Wanita* (Wanita Utama) Laweyan-Surakarta. Skripsi Tarbiyah. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

²²⁷ Oka. A Yoeti, *Pemasaran Pariwisata*, (Bandung: Angkasa, 1996), h. 135.

(*threath*) adalah berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti peraturan yang tidak memudahkan dalam berusaha, rusaknya lingkungan dan lainnya.

M. Strategi Pengembangan Pariwisata dengan ASES Model

Dalam pengembangan wisata halal, Indonesia Muslim Travel Index/IMTI mengeluarkan pengukuran dengan menggunakan ACES Model²²⁸. Berikut pengukuran ACES Model yang digambarkan dalam tabel.

Tabel 2. 2 : Aces model

Access	Communication	Environment	Services
-Akses Udara	-Panduan Pengunjung Muslim	-Kedatangan Turis Domestik	-Restoran Halal
-Akses Kereta Api	-Pendidikan Pemangku Kepentingan	-Kedatangan Turis Internasional	-Mesjid
-Akses Laut	-Jangkaun Pasar	-Jangkuan Wi-fi di Airpots	Airport
-Infrastruktur Jalan	-Pemandu Wisata	Komitmen terhadap Wisata Halal	Hotel
	-Digital Marketing		Atraksi

ACES Model melihat pada 4 kriteria dimana bidang-bidang tersebut mewakili komponen kritis kebutuhan destinasi untuk fokus pada pengembangan wisata halal dan menjadikan destinasi yang ramah bagi pengunjung muslim. Berikut penjelasan pada 4 kriteria pengukuran:

1. Komponen Akses merupakan pengukuran kemudahan aksesibilitas pengunjung muslim dengan menggunakan berbagai moda transportasi

²²⁸ Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019: *Indonesia and Malaysia Take the Top Positions in the Fast Growing Muslim Travel Market* <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2019-indonesia-and-malaysia-take-the-top-positions-in-the-fast-growing-muslim-travel-market/> di akses Juni 2019.

2. Komponen Komunikasi merupakan pengukuran tingkat kesadaran dan tingkat jangkauan pasar kebutuhan wisatawan muslim serta kemudahan komunikasi saat kunjungan.
3. Komponen Lingkungan merupakan pengukuran iklim daerah kunjungan wisatawan muslim dan tingkat keamanan dan kenyamanan.
4. Komponen Jasa merupakan pengukuran penyediaan kebutuhan keagamaan para pengunjung muslim di daerah wisata.

N. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata

Pengembangan pariwisata disusun dalam sebuah strategi dan kebijakan berdasarkan kajian strategis problematika kepariwisataan, potensi wisata dan kebijakan pariwisata negara lainnya yang bermuara pada sasaran strategi nasional. Berikut kebijakan dan strategi pariwisata nasional kementerian Pariwisata Republik Indonesia yakni²²⁹:

1. Pengembangan ekosistem pariwisata
menekankan keselarasan dan integrasi (jejaring, mata rantai nilai, dan keterkaitan) pengelolaan pariwisata mulai dari kelembagaan dan sumberdaya manusia pariwisata, industri dan regulasi pariwisata, serta pengembangan pemasaran pariwisata dalam mewujudkan pariwisata Indonesia kelas dunia
2. Pengembangan investasi pariwisata
Yakni pengembangan investasi sebagai modal pokok pengembangan pariwisata
3. Pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan
penyelenggaraan pariwisata tidak hanya berorientasi *prosperity* (peningkatan kesejahteraan) namun juga memberi pengaruh positif terhadap masyarakat sekitar (pemberdayaan masyarakat) serta menjaga kelestarian alam
4. Pengembangan Amenitas
Yakni meningkatkan fasilitas (sarana dan prasarana) pariwisata bagi wisatawan antara lain dalam bentuk penyediaan homestay dan fasilitas untuk *nomadic tourism*.
5. Pengembangan aksesibilitas dan konektivitas

²²⁹ Kementrian Pariwisata RI : *Rencana Strategis 2018-2019*.
http://eperformance.kemenpar.go.id/dokumen/3Buku%20RENSTRA%202018-2019_Revisi%204_opt.pdf diakses Juni 2019

Yakni pengembangan akses dan konektivitas menuju destinasi wisata.

6. Pengembangan Atraksi

Yakni pengembangan hiburan dan aktifitas wisata lainnya dalam pengembangan daya tarik dan pengalaman wisata.

O. Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat melalui Industri Pariwisata

Menurut *Athur Dunham* kesejahteraan sosial didefinisikan sebagai kegiatan yang terorganisir dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dari segi sosial melalui pemberian bantuan kepada orang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan di dalam beberapa bidang seperti kehidupan keluarga, anak, kesehatan, penyesuaian sosial, waktu senggang, standar-standar kehidupan dan hubungan-hubungan sosial²³⁰.

Ekonomi sebagaimana yang diketahui adalah kegiatan manusia dengan masyarakat untuk memanfaatkan dan mempergunakan unsur-unsur produksi dengan sebaik-baiknya guna memenuhi berbagai rupa kebutuhan. Pengertian umum tentang peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat adalah pelaksanaan oleh masyarakat guna membuat perbaikan dalam kemakmuran yang dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat dalam menjalankan usahanya. Dimana usaha yang dilakukan masyarakat itu dapat berkembang dan dapat meningkatkan taraf kehidupannya dalam hal ekonomi.

Dampak pariwisata terhadap perekonomian muncul karena akibat dari adanya hubungan permintaan dan penawaran dalam industri, hal tersebut diakibatkan oleh munculnya pola pengeluaran dari pengunjung wisata, dan investasi yang dihasilkan oleh adanya transaksi pariwisata tersebut sehingga pada akhirnya memunculkan perubahan struktur ekonomi suatu negara. Dampak pariwisata ini dapat terlihat dari kontribusi yang dilakukan oleh wisatawan terhadap penjualan, keuntungan, pekerjaan, pendapatan pajak dan pendapatan disuatu daerah dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan

²³⁰ T. Sumarnonugroho, *Sistem Investasi Kesejahteraan Sosial*, (Yogyakarta: Hanindita, 1987), h. 28-31.

kesejahteraan masyarakat. Dampak paling nampak oleh panca indera adalah peningkatan jumlah penginapan, restoran, transportasi, hiburan, perdagangan eceran, akan menimbulkan efek sekunder multiplier bagi kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat.

P. Pariwisata dalam Maqashid Syariah

Keberadaan pariwisata bagi manusia dalam Islam tidak hanya sebagai hiburan dan liburan, namun juga untuk mencapai maqashid syariah. Menurut setiap kegiatan ekonomi dan transaksi keuangan tidak lepas dari prinsip-prinsip *maqashid syariah*. Oleh karenanya pariwisata termasuk dalam kegiatan muamalah. Kegiatan pariwisata turut berkontribusi besar terhadap perekonomian suatu daerah/Negara. Dengan demikian, transaksi muamalat memiliki landasan epistemologinya yang bersumber pada penalaran maqhasid syariah. Tujuan syariah dalam transaksi muamalah adalah menciptakan kesejahteraan umat manusia dengan menyeimbangkan peredaran harta benda antara kaum kaya dan kaum miskin secara berkeadilan dan seimbang²³¹. Para ulama juga sepakat bahwa maqashid syariah memiliki posisi yang sangat penting dalam ilmu-ilmu syariah khususnya dalam ilmu ekonomi syariah, mengingat maqashid syariah adalah ibarat jantung dalam ushul fiqh. Lebih lanjut, maqashid syariah merupakan dasar ilmu dalam merumuskan kebijakan-kebijakan ekonomi makro (seperti moneter, fiskal, dan public finance). Selain itu, maqashid syariah juga dapat menjadi dasar ilmu dalam ekonomi mikro seperti merumuskan produk-produk perbankan syariah, kebijakan halal industri dimana termasuk didalamnya adalah pariwisata syariah.

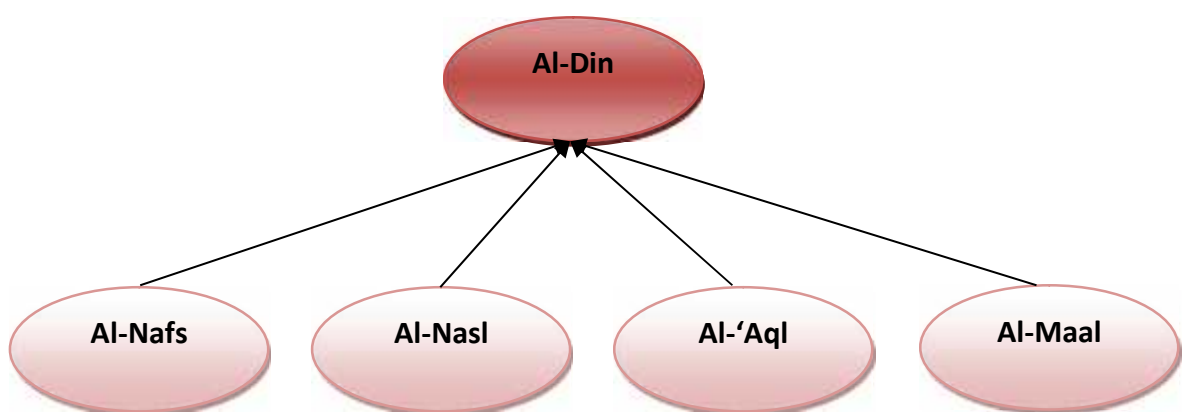
Secara umum, maqhasid muamalat terbagi menjadi lima tujuan, yaitu *rawaj* (diperjualbelikan), *wudhuh* (kejelasan), *hifz* (penjagaan), *tsabat* (ketetapan), dan *adl* (kadilan). *Rawad* maksudnya adalah harta benda ditujukan untuk diperjualbelikan agar kekayaan tersebut menjadi berkembang, *wudhuh* adalah harta ditujukan agar dikelola secara transparan dan akuntabel, *hifz* adalah harta

²³¹ Mohammad Mufid, *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer: dari teori ke aplikasi*, Prenadamedia Group: Jakarta, h 185-186, 2018.

sebagai barang titipan Allah ditujukan agar dipelihara dan dibelanjakan secara syari, *tsabat* adalah harta benda dutujukan untk membangkitkan etos kerja yang tinggi dalam mengelolanya dan mengembangkannya dengan cara-cara yang sah dan halal, *'adl* adalah harta yang harus dikelola secara berkeadilan tanpa menzalimi orang lain²³².

Al-Ghazali juga memperkenalkan konsep *maqashid syariah* dengan membagi tujuan syariah secara umum kedalam dua kepentingan yaitu untuk kehidupan dunia dan untuk kepentingan kehidupan akhirat. Dari kedua kepentingan tersebut, menyandarkan tujuan hidup di akhirat adalah merupakan tujuan utama dari syariah. Hal ini berarti, tujuan hidup di akhirat memiliki prioritas yang lebih tinggi dari kehidupan di dunia. Lebih lanjut, Al-Ghazali juga menyatakan bahwa tujuan utama syariah di kepentingan dunia adalah untuk menjaga dan memelihara agama (*hifz din*). Oleh karenanya, dalam memenuhi kebutuhan dasar berupa jiwa (*hifz nafs*), akal (*hifz 'aql*), keturunan (*hifz nashl*), dan harta (*hifz mal*), manusia harus mengedepankan atau memprioritaskan kebutuhan agama²³³. Secara sederhana hubungan antara kepentingan *maqashid syariah* tersebut digambarkan berikut ini:

Hubungan Kepentingan Pemenuhan Kebutuhan Dasar²³⁴



Gambar:2.1 : Hubungan kepentingan kebutuhan dasar

²³² Mohammad Mufid, *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer: dari teori ke aplikasi*, Op. Cit hlm. 185-186.

²³³ Achmad Firdaus, *Maslahah Performa*, K-Media: Yogyakarta 2017, h 41.

²³⁴ *Ibid.* h. 42

Hifz Din (memelihara agama) merupakan tingkatan tertinggi dari kebutuhan dasar lainnya. Di Indonesia sendiri, memeluk agama adalah hak dasar atau hak azasi manusia, sehingga Negara wajib dan sudah menjamin setiap masyarakatnya untuk beragama serta memilih agama sesuai dengan kepercayaannya masing-masing. Hal ini sebagaimana telah tercermin dalam Undang-Undang Dasar 1945 dimana adanya kewajiban untuk menghormati hak asasi manusia terutama yang berkaitan dengan persamaan kedudukan warga Negara dalam hukum dan pemerintahan, hak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak, kemerdekaan berserikat dan berkumpul, hak untuk mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan, kebebasan memeluk agama dan untuk beribadat sesuai dengan agama dan kepercayaannya, juga hak untuk memperoleh pendidikan dan pengajaran²³⁵.

Hifz Nafs (memelihara jiwa) yaitu memberikan hak bagi seseorang untuk hidup, dimana hak untuk hidup ini juga menjadi hak asasi bagi manusia. Untuk menjaga hak untuk hidup bagi manusia, maka Allah telah mengisyaratkan berbagai hukum seperti *qisas* atau dengan adanya pembalasan yang seimbang²³⁶. Hal ini sebagaimana tercantum dalam ayat Qs. Al-Baqarah /2 : 178.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْهِمُ الْقَتْلَى
وَالْأَنْثَى بِالْأَنْثَى لَهُ أَخِيهِ
وَأَدَاءُ إِلَيْهِ بِإِحْسَانٍ ذَلِكَ خُفِيفٌ
ذَلِكَ فَلَهُ الِْيَمُّ - اَعْتَدَى

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Diwajibkan atas kamu (melaksanakan) *qisas* berkenaan dengan orang yang dibunuh. Orang merdeka dengan orang merdeka, hamba sahaya dengan hamba sahaya, perempuan dengan

²³⁵ *Ibid.* h. 45

²³⁶ *Ibid.* h. 48

*perempuan. Tetapi barangsiapa memperoleh maaf dari saudaranya, hendaklah dia mengikutinya dengan baik, dan membayar diat (tebusan) kepadanya dengan baik (pula). Yang demikian itu adalah keringanan dan rahmat dari Tuhanmu. Barangsiapa melampaui batas setelah itu, maka ia akan mendapat azab yang sangat pedih.*²³⁷

Selanjutnya didalam alquran Qs. Al-Baqarah/2:179.

وَلَكُمْ فِي الْقِصَاصِ حَيَوةٌ يٰ

Artinya: *Dan dalam qishash itu ada (jaminan) kehidupan bagimu, wahai orang-orang yang berakal, agar kamu bertakwa*²³⁸.

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam hukum qisas sesungguhnya terdapat sistem jaminan kelangsungan hidup bagi manusia. Dengan adanya hukum qisas, maka manusia akan merasa takut untuk membunuh. Sehingga dapat dikatakan bahwa hukum qisas merupakan sistem pencegahan dalam sebuah sistem hukum, dan tujuan dari pemberlakuan hukum ini adalah agar kita semua menjadi orang yang bertakwa.

Terpeliharanya keturunan (*hifz 'nasl*) yaitu merupakan jaminan keselamatan untuk keturunan atau keluarga. Hal ini dimaksud untuk menjaga kelestarian populasi umat manusia agar tetap hidup dan berkembang sehat dan kokoh, baik dari budi pekerti dan agamanya. Hal ini dapat dilakukan dengan penataan kehidupan rumah tangga dengan memberikan perhatian dan kasih sayang, serta pendidikan dan jaminan kesehatan yang baik untuk keluarga²³⁹.

Memelihara 'Aql (*hifz 'aql*) menjadi tujuan berikutnya dalam maqashid syariah dimana hal ini pulalah yang menjadi karunia Allah yang paling mulia atas manusia. Dimana Allah mengaruniakan akal kepada manusia, dan menjadi pembeda atas makhluk Allah lainnya. Terakhir adalah memelihara harta (*hifz mal*). Sejatinya, harta adalah milik Allah SWT, dimana Allah telah menjadikan

²³⁷ Departemen Agama: *Al-Qur'an dan Tejemahnya*, h. 21.

²³⁸ *Ibid.*

²³⁹ Achmad Firdaus, *Maslahah Performa*, Op Cit. hlm. 49

manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini untuk menjaga dan merawat harta yang telah Allah karuniakan kepada hambaNya. Oleh karenanya, Allah SWT pun mengatur standard operasional cara mendapatkan harta yang halal dan toyyib, serta bagaimana memanfaatkan harta agar berkah. Hal ini sebagaimana disampaikan dalam surat Al-Ankabut/29: 64.

وَمَا هَذِهِ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَهْوَ
الْآخِرَةِ لَهِيَ الْحَيَوُ
يَعْلَمُونَ

Artinya; Dan kehidupan dunia ini hanya senda gurau dan permainan. Dan sesungguhnya negeri akhirat itulah kehidupan yang sebenarnya, sekiranya mereka mengetahui.

Dari ayat diatas juga dapat dimaknai bahwa Allah memiliki otoritas untuk memberikan rizki, mengambil, menambah, dan mengurangi harta yang telah dititipkan kepada manusia. Semua hal ini sangat bergantung pada keberkahan harta titipan. Semakin berkah harta titipan, maka semakin banyak harta lainnya yang diberikan kepada manusia. Hal ini berarti hak pengelolaan bersifat amanah, jadi perlu dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT kelak dikemudian hari²⁴⁰.

Pariwisata halal merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang juga turut mendorong perekonomian suatu daerah. Kegiatan ekonomi dalam pariwisata halal tidak terlepas dari adanya harta yang bergerak. Oleh karenanya, pengelolaan pariwisata halal pun harus berdasarkan pada *maqashid syariah* dan harus ditujukan untuk pencapaian *maqashid syariah*. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mohammad Mufid dalam bukunya Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer bahwa harta benda yang berkaitan dengan ekonomi hendaknya dikelola dengan baik dan sesuai dengan lima maqhasid muamalat, yaitu *rawaj*, *wudhuh*, *hifz*, *tsabat*, dan *'adl*. Demikian halnya dengan bagaimana pengadaan, pengelolaan, serta pemanfaatan dari pariwisata halal hendaknya juga mencapai tujuan-tujuan syariah (yaitu *hifz din*, *hifz nafs*, *hifz nasl*, *hifz 'aql*, dan *hifz mal*).

²⁴⁰ Firdaus, *Maslahah Performa*, h. 50

Q. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa kajian terdahulu yang terkait dengan pariwisata halal. Berikut beberapa kajian tersebut:

1. Aan Jaelani (2017) meneliti tentang potensi dan prospek industri wisata halal di Indonesia. Judul penelitiannya adalah industri wisata halal di Indonesia potensi dan prospek. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tentang beberapa konsep wisata halal yang menjadi tren ekonomi Islam global dari sisi perkembangan istilah dan praktik keagamaan Muslim di Indonesia. Studi ini akan menelusuri bagaimana perkembangan wisata halal di Indonesia sampai tahun 2016, bagaimana kebijakan pariwisata pemerintah Indonesia tentang praktik wisata halal dari sisi potensi dan prospek pembangunan industri pariwisata nasional di masa mendatang. Metodologi penelitian ini dilakukan dengan tahapan berikut ini: Pertama, menelusuri informasi yang bersumber dari media cetak dan elektronik dan literatur pariwisata tentang perkembangan wisata halal di dunia dan Indonesia. Kedua, mengumpulkan data berupa kebijakan pemerintah tentang pariwisata dan perkembangannya sampai dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Ketiga, melakukan analisis dengan mendeskripsikan dan menafsirkan data. Secara khusus, studi tentang wisata halal sebagai bagian dari praktik keagamaan Muslim secara metodologis akan diuraikan berdasarkan perspektif alquran dan hadis. Keempat, membuat kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan. Penelitiannya menyimpulkan bahwa pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional²⁴¹.
2. Piyachat Puangniyom dkk. (2017) meneliti tentang strategi promosi pariwisata halal yang mempertahankan budaya lokal. Judul penelitian mereka adalah *Halal Tourism Strategy to Promote Sustainable Cultural Tourism in Thailand*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menawarkan konsep pengembangan pedoman pariwisata budaya dan melakukan diversifikasi wisatawan dengan konsep pariwisata halal. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa untuk memodifikasi pengembangan dasar pariwisata thailand, maka penekanannya

²⁴¹Jaelani, *Industri wisata halal*, h. 1-17.

adalah kepada kesatuan integritas dan tanggungjawab di semua sektor. Harus ada keterlibatan dan partisipasi semua pihak dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata dan sama-sama bekerja dalam mewujudkannya. Penekanan pengembangan pariwisata halal terletak pada faktor-faktor tempat, produk (akomodasi, makanan dan minuman), faktor penting dimensi (seperti ekonomi, budaya dan agama), dan manajemen pelayanan (marketing, dan aspek-aspek etika)²⁴².

3. Pahrul Irfan dan Apriani (2017) meneliti tentang strategi pengembangan promosi pariwisata dengan pengembangan *E-Tourism*. Judul penelitiannya adalah analisa strategi pengembangan *E-Tourism* sebagai promosi pariwisata di Pulau Lombok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan menganalisa perkembangan e-tourism yang ada di Pulau Lombok sebagai salah satu cara mempromosikan pariwisata di Pulau Lombok. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis SWOT dengan melihat faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang berkaitan pada pengembangan e-tourism di Pulau Lombok. Hasil dari penelitian penelitian yang telah dilakukan dengan analisis SWOT terkait dengan evaluasi pengembangan e-tourism di Pulau Lombok, diketahui bahwa strategi yang harus digunakan pemerintah adalah strategi WO yaitu berfokus untuk melakukan koordinasi secara internal, melakukan evaluasi diri terhadap penerapan e-tourism serta evaluasi yang sistematis terhadap penerapan promosi melalui internet dan meningkatkan strategi promosi pariwisata melalui internet²⁴³.
4. Oggy Tresna M et. al. (2016), meneliti tentang inovasi *halal town* untuk wisatawan. Judul penelitian mereka adalah *Halal Town as Innovation for Tourism*. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menawarkan solusi bagaimana cara meningkatkan wisatawan muslim ke daerah mayoritas non Muslim. Penelitian ini juga bertujuan untuk menawarkan berbagai macam keuntungan

²⁴² Piyachat Puangniyom *et al.*, h.198.

²⁴³ Pahrul Irfan dan Apriani, *analisa strategi pengembangan E-Tourism sebagai promosi pariwisata di Pulau Lombok*, dalam jurnal ILKOMJurnal Ilmiah, Volume 9 Nomor 3 Desember 2017, h. 325-330.

mengenai konsep pariwisata halal. Metode penelitian ini bersifat deskriptif. Hasil penelitiannya adalah bahwa untuk menarik wisatawan muslim ke daerah wisata non muslim ada empat hal yang perlu diperhatikan. Pertama adalah Akomodasi. Maksud dari akomodasi dalam penelitian ini adalah tersedianya restoran halal dan hotel halal. Kedua adalah Pasar. Maksudnya adalah pasar pariwisata non muslim tersebut harus dapat menyediakan pasar Islam yang menjamin kahalalan barang yang dijual, proses transaksi dan sistem penjualannya. Ketiga adalah paket wisata. Maksudnya adalah paket perjalanan wisata harus dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Keempat adalah peraturan halal. Maksudnya adalah daerah wisata tersebut harus dapat mengakomodir seluruh peraturan-peraturan yang sesuai dengan syariat Islam²⁴⁴.

5. Mentari Puspa Wardani dan Nur Azizah Nasution (2016) meneliti tentang kontribusi pengembangan pariwisata terhadap masyarakat sekitar. Judul penelitiannya adalah kontribusi pengembangan pariwisata Danau Toba melalui skema BOP (Badan Otorita Pariwisata) Bagi Masyarakat di Sekitar Danau Toba. Penelitian ini mengangkat potensi bidang kelautan Indonesia di sektor pariwisata yaitu pengembangan pariwisata Danau Toba sebagai bahan kajian. Sedangkan secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk untuk mengulas lebih jauh tentang bagaimana pembangunan dan kontribusi pengembangan pariwisata melalui pembentukan Badan Otoritas Pengelola (BOP) Kawasan Pariwisata Danau Toba implikasinya terhadap kesejahteraan masyarakat lokal (nelayan). Penulisan makalah ini didasarkan pada metode kajian pustaka. Data-data yang diperoleh merupakan data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian/kajian dalam bentuk jurnal-jurnal yang telah terpublikasi, bahan-bahan berupa tulisan-tulisan di media masa serta juga bahan-bahan lain yang relevan dengan bahasan dalam makalah ini. Hasil pembangunan infrastruktur pariwisata Danau Toba membutuhkan dana 726,09 M yang langsung memberikan implikasi terhadap nelayan masyarakat lokal di

²⁴⁴ Oggy Tresna M *et.al.*, *Halal Town as Innovation for Tourism*, dalam Proceedings of 55th The IRES International Conference, Seoul, South Korea, 30th-31st December 2016, ISBN: 978-93-86291-71-4, h. 14-17.

Danau Toba. Skema yang dibangun dalam membangun pariwisata ada beberapa hal yang harus dilakukan yaitu sinkronisasi kebijakan yang berhubungan dengan pariwisata diturunkan melalui sinkronisasi kelembagaan dengan membuat suatu lembaga yang bernama BOP (Badan Otorita Pariwisata) ditingkat pusat dan daerah yang didukung beberapa kementerian dan diketuai oleh Menko Kemaritiman dan dipimpin langsung oleh Presiden. Perlunya kerjasama yang baik antara pemerintah, pemilik modal dan masyarakat lokal. Manfaat BOP memiliki batasan, adanya batasan terhadap daya dukung lingkungan yang merupakan salah syarat untuk kelancaran pengembangan pariwisata Danau Toba kedepan²⁴⁵.

6. Oraphan Chanin et. al. (2015), meneliti tentang pedoman manajemen pariwisata halal di Thailand. Judul penelitian mereka adalah *Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Coast of Thailand*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pariwisata halal potensial yang ada, mengevaluasi praktek manajemen pariwisata halal di wilayah pantai Andaman Thailand yang dipersiapkan untuk wisatawan muslim, dan untuk membuat sebuah pedoman manajemen pariwisata halal di Thailand. Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi dan *Focus Group Discussions* (FGD). Hasil penelitiannya adalah bahwa operator pariwisata halal harus dapat menyediakan ruangan shalat bagi wisatawan muslim begitu juga dengan petunjuk arah menuju masjid terdekat, baik dengan menggunakan bahasa Inggris maupun Bahasa Arab, adanya pemisahan antara kamar mandi laki-laki dan perempuan, dan menyediakan restoran halal di daerah-daerah pariwisata²⁴⁶.
7. Kurniawan Gilang Widagdyo (2015), meneliti tentang pasar pariwisata di Indonesia. Judul penelitiannya adalah Analisis Pasar Pariwisata Halal

²⁴⁵ Mentari Puspa Wardani dan Nur Azizah Nasution, *Kontribusi Pengembangan Pariwisata Danau Toba melalui Skema BOP (Badan Otorita Pariwisata) Bagi Masyarakat di Sekitar Danau Toba*, dalam <https://www.researchgate.net/publication/311451871>, h. 1-12. Di akses Nop 2019.

²⁴⁶ Oraphan Chanin et. al., *Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Coast of Thailand*, dalam *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 8, August 2015, h. 791-794.

Indonesia. Tujuan penelitiannya adalah untuk menganalisis pasar pariwisata halal dan mendeskripsikan beberapa fenomena mengenai pariwisata halal di Indonesia. Metode penelitiannya menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data internal dan eksternal. Data tersebut kemudian digunakan sebagai data primer dan data sekunder, data primer didapat melalui beberapa sumber utama seperti dengan mendengarkan paparan dari para ahli melalui kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan selama kurun waktu tahun 2015 dengan pembahasan mengenai strategi pengembangan pasar potensial wisatawan Timur Tengah yang dilakukan antara Kementrian Pariwisata dengan beberapa narasumber, serta melalui observasi yang dilakukan peneliti terhadap beberapa objek wisata yang menjadi destinasi favorit wisatawan Timur Tengah, sumber data sekunder didapat melalui literatur yang sesuai, serta dari hasil notulensi diskusi pakar terkait akselerasi pasar dan profiling wisatawan Timur Tengah. Hasil dari diskusi dan pembahasan tersebut dianalisa secara komprehensif serta dibandingkan dengan konsep dan teori yang relevan sehingga dapat ditarik satu kesimpulan mengenai analisa pasar pariwisata halal di Indonesia. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa Wisatawan Timur Tengah merupakan prospek untuk wisatawan berpotensi dimasa depan titik keberhasilannya terletak pada rencana promosi dan pemasaran yang efektif. Karakteristik dan perilaku pasar sangat menentukan keberhasilan komunikasi pasar. Pada saat ini pasar Timur tengah saja yang tergabung negara Arab yang tingkat belanja dan berwisata out bound sudah cukup tinggi. Pendekatan strategi promosi perlu ditingkatkan dengan menggunakan media promosi seperti iklan media Elektronik dan media cetak di negara tersebut, membuat gimmick di Airport kedatangan untuk wisatawan dalam bahasa Arab, mengadakan kerjasama dengan agensi MICE untuk membuat event di Indonesia dan mengundang travel agent dan travelling wholesales di kota tersebut untuk mengunjungi Indonesia²⁴⁷.

²⁴⁷ Kurniawan Gilang Widagdyo, *Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia*, dalam *The Journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1 (2015)*: h. 73-80

8. Heru Frianto Simanjuntak dkk. (2015), meneliti tentang pengembangan objek wisata. Judul penelitian mereka adalah Analisis Pengembangan Objek Wisata Pemandian Manigom di Kabupaten Simalungun. Tujuan penelitian mereka adalah menganalisis potensi pengembangan Pemandian Manigom dan menganalisis permasalahan dan strategi pengembangan SWOT Pemandian Manigom. Objek dan daya tarik (flora, fauna, dan objek lainnya) yang telah diperoleh kemudian dianalisis sesuai dengan kriteria penskorangan pada Pedoman Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Dirjen PHKA tahun 2003 sesuai dengan nilai yang telah ditentukan untuk masing-masing kriteria. Sedangkan strategi pengembangan objek wisatanya dianalisis dengan analisis SWOT. Hasil penelitian mereka adalah Objek wisata ini memiliki potensi wisata alam yang layak dikembangkan dengan persentase tingkat kelayakan sebesar 93,92%. Objek wisata ini memiliki daya tarik, aksesibilitas, akomodasi serta sarana dan prasarana penunjang yang mendukung sehingga layak untuk dikembangkan. Pada analisis SWOT, objek wisata Pemandian Manigom berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa objek wisata ini berada pada situasi yang menguntungkan. Hal ini dikarenakan objek wisata ini memiliki kekuatan dan peluang yang lebih banyak sehingga dapat menutupi kelemahan dan ancaman dalam upaya pengembangan objek wisata ini²⁴⁸.
9. Dini Andriani dkk. (2015) meneliti tentang pengembangan pariwisata syariah. Judul penelitian mereka adalah Kajian Pengembangan Wisata Syariah. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan potensi destinasi wisata syariah di Indonesia, menganalisis kesiapan masing-masing destinasi wisata melalui persepsi pelaku usaha wisata dan wisatawan dalam mengembangkan wisata syariah di Indonesia, dan menghasilkan strategi yang tepat untuk mengembangkan wisata syariah sesuai karakteristik destinasi wisata di Indonesia. Pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui FGD, wawancara mendalam dan penyebaran kuesioner terhadap 100 orang wisatawan di Aceh dan Manado. Berdasarkan hasil kajian ini, Aceh sudah

²⁴⁸ Simanjuntak Heru Frianto *et al.* Analisis Pengembangan Objek Wisata, h.11.

cukup optimal mencanangkan wisata syariah dalam produk wisatanya namun masih memerlukan beberapa perbaikan atau strategi dalam menggaet wisman Malaysia sebagai market utamanya. Sementara, Manado ditemukan belum optimal atau belum siap dalam pengembangan wisata syariah dan masih cukup banyak yang harus disiapkan jika akan mengembangkan wisata syariah²⁴⁹.

10. Mevlüt Akyol dan Özgür Kiliç (2014) meneliti tentang internet dan pemasaran pariwisata halal. Judul penelitian mereka adalah *Internet and Halal Tourism Marketing*. Tujuan dari penelitian mereka adalah untuk menyajikan konsep pemasaran halal di dunia dan di Turki. Dalam konteks ini, salah satu perusahaan perantara, yang disebut "hotel halal", dianalisa dalam kerangka deskriptif. Penelitian yang dikembangkan adalah definisi marketing halal, konsep wisata halal dan hotel halal, deskripsi wisata halal di Turki, pentingnya internet dalam marketing wisata, dan analisis visual dan textual dari website hotel-hotel halal di Turki. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah pelaku marketing halal harus mempertimbangkan harapan hotel halal baik untuk wisatawan Muslim dan non-Muslim. Muslim mencari liburan yang koheren dengan Islam dan harapan non-Muslim juga mendapatkan keamanan dan kebersihan. Hal tersebut harus diperhitungkan oleh pelaku marketing halal. Hasil analisis visual dan tekstual menunjukkan bahwa sebagian besar hotel Islam koheren dengan Islam. Misalnya, memberikan prinsip makanan dan non-alkohol halal, fasilitas terpisah untuk wanita dan ruang doa adalah fitur utama dan umum dari Islam atau hotel halal²⁵⁰.
11. Kurniawan Gilang Widagdyo (2015) meneliti tentang pasar pariwisata Halal Indonesia dengan judul penelitian *Analisa pasar pariwisata Halal Indonesia*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pasar pariwisata halal di Indonesia karena banyaknya salah pengertian akan wisata Halal tersebut²⁵¹.

²⁴⁹ Dini Andriani *et al.*, *Op Cit.* h. 174

²⁵⁰ Mevlüt Akyol dan Özgür Kiliç (2014), *Internet and Halal Tourism Marketing*, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Summer 2014, h. 171-186.

²⁵¹ Widagdyo, Kurniawan Gilang. 2015. Analisis Pasar Pariwisata Indonesia. The Journal of Tauhidinomics Vol 1 No1.

12. Taufik Hidayat (2018) meneliti tentang potensi pengembangan destinasi wisata halal dengan judul penelitian *Analisis potensi pengembangan destinasi wisata Halal di kota Batam*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pengembangan destinasi wisata Halal di kota Batam. Dalam Panduan umum dan kriteria halal bagi wisatawan dan industri usaha produk atau jasa pariwisata seperti akomodasi, usaha penyedia makanan dan minuman, biro perjalanan wisata, jasa pramuwisata dan transaksi dan transaksi wisata mengaktualisasikan nilai-nilai ke-Islaman pada produk, pelayanan dan pengelolaannya sesuai dengan ketentuan agama Islam. Meskipun begitu, segala bentuk produk dan jasa pariwisata yang berkriteria halal adalah bersifat universal sehingga dapat di implementasikan dan dinikmati oleh semua kalangan. Karena pada prinsipnya segala sesuatu yang halal sudah pasti memperhatikan aspek - aspek seperti kesehatan, keamanan, kebaikan, keselamatan, keadilan dan style yang seluruhnya merupakan bagian dari kebutuhan umat manusia. Potensi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan kelembagaan pariwisata seluruhnya sudah dalam kondisi yang baik dan siap untuk mendukung pengembangan destinasi wisata halal di kota Batam. Seperti potensi daya tarik wisata alam, budaya dan buatan manusia yang sudah dikategorikan menjadi Sembilan jenis wisata unggulan kota Batam. Aksesibilitas jalur darat, laut dan udara sudah sangat memadai dan mudah untuk diakses. Amenitas pariwisata seperti akomodasi, restaurant halal, sarana ibadah, sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana pusat perbelanjaan, sarana olahraga dan sarana penunjang lainnya sudah memiliki sistem yang saling bersinergi antara pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata dan masyarakat. Secara keseluruhan kota Batam layak dikembangkan menjadi destinasi wisata halal. Namun, masih dibutuhkan komitmen dan koordinasi dengan berbagai pihak dan harus didukung pula dengan kesiapan sumber daya manusia yang berkompeten di bidang pariwisata serta melakukan pemasaran dan *branding* yang tepat agar pengembangan wisata halal di kota Batam berjalan secara optimal

13. Mudofir et al.(2018) meneliti tentang pengembangan Halal eko wisata tujuan dengan judul *pengembangan Halal ekowisata tujuan, konteks bisnis kolaborasi dan saling percaya*. Penelitian ini bertujuan meneliti sinergi antara ekowisata dan pariwisata Halal. sehingga peneliti yang menyebutnya sebagai Ekowisata Halal. Produk dan layanan, objek, dan tujuan pariwisata halal adalah sebagai sama dengan pariwisata umum selama itu tidak sebaliknya dengan nilai dan etika Islam syariah. Ekowisata halal adalah pelaksanaan Pariwisata halal di lokasi ekowisata sehingga wisatawan Muslim dan non-Muslim dapat merasakan keamanan, kenyamanan, dan juga mendapatkan suasana spiritual di lokasi pariwisata. Wisatawan muslim dapat menemukan tempat untuk berdoa, makanan halal dan minuman, pakaian layak, aman dari kejahatan apa pun, mendapatkan suasana spiritual, dan juga membantu konservasi lingkungan. turis Muslim dan non-Muslim dapat membuat alam untuk lebih dekat dengan Tuhan. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa peserta sangat mengakui pentingnya kolaborasi bisnis dalam mengelola wisata alam berdasarkan pada pariwisata halal. Kerjasama ini akan berlangsung lama jika masing-masing pihak tetap percaya satu sama lain sesuai dengan perjanjian kerjasama yang telah dibina selama ini. Mereka percaya bahwa dengan kolaborasi yang kuat antara lembaga, itu akan dapat memberikan manfaat saling kelemahan dan dapat bersinergi dengan baik.
14. Firdausia Hadi dan M. Khoirul Hadi al-Asy Ari (2017) meneliti tentang pengembangan wisata syari'ah dengan judul *journal kajian potensi dan strategi pengembangan wisata pantai syari'ah (studi di pulau santen kabupaten banyuwangi*. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengkaji dan mengembangkan wisata syari'ah. Pengembangan wisata syari'ah pulau santen Banyuwangi mengusung konsep *halal tourism*, yang mana diharapkan penggunaan konsep ini dapat memberikan sumbangsih besar terhadap pendapatan daerah dan atau dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat, khususnya masyarakat miskin yang tinggal di sekitar tempat wisata. Pemerintah daerah dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk membuka usaha-usaha kecil. Pengembangan wisata pantai syari'ah

dilakukan dengan berbagai strategi, salah satunya dengan promosi melalui media cetak, media komunikasi, media periklanan dan strategi lainnya. Strategi dengan analisis SWOT juga dapat diterapkan untuk mengembangkan obyek wisata dengan melihat faktor kekuatan terhadap pasar, kelemahan, peluang bersaing dan ancaman yang dapat ditimbulkan. Pantai pulau santen memiliki potensi yang sangat besar, diantara potensi tersebut berasal dari kekuatan alam yang ditimbulkan yang dapat menarik wisatawan. Pantai dengan pasir hitam, hutan mangrove, fasilitas tempat duduk warna-warni dilengkapi payung-payung warna-warni ala payung Bali, tempat sholat, tempat wudu', dan fasilitas yang dibutuhkan wisatawan lainnya. Perbaikan-perbaikan fasilitas wisata terus dilakukan oleh Pemerintah daerah, proyek pembentukan taman safana yang berjarak sekitar satu kilometer dari pusat pantai syari'ah dan pembangunan hutan mangrove yang dikelilingi jembatan

15. Lufi Wahidati dan Eska Nia Sarinastiti (2018) meneliti tentang perkembangan wisata halal dengan judul jurnal *perkembangan wisata Halal di Jepang* yang mana penelitian ini bertujuan untuk dapat meneliti perkembangan wisata Halal di negeri Jepang. Kenyamanan para wisatawan ketika mengunjungi suatu objek wisata merupakan hal paling utama yang akan meningkatkan jumlah kunjungan atau jumlah *repeater*. Tingginya jumlah wisatawan Muslim mendorong Jepang untuk mengembangkan wisata halal di sana. Sebagai negara non-Muslim, masyarakat Jepang memiliki pemahaman yang sangat terbatas mengenai konsep halal maupun wisata halal. Akan tetapi, Jepang terbukti mampu meningkatkan fasilitas-fasilitas ramah Muslim untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan Muslim sebagai bentuk *omotenashi*. Negara ini bersinergi dengan berbagai lembaga Islam di dalam Jepang maupun di luar Jepang misalnya untuk mendapatkan sertifikat halal bagi produk-produknya. Setelah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, jumlah fasilitas ramah Muslim semakin meningkat. Dari enam kebutuhan (*faith-based needs*) wisatawan Muslim, empat di antaranya telah terpenuhi, yakni kebutuhan akan makanan halal, tempat ibadah, kamar kecil dengan air, serta pelayanan rekreasional dengan privasi.

Sementara itu, sejauh pengamatan peneliti, dua kebutuhan lainnya belum terpenuhi. Kebutuhan akan tidak adanya kegiatan non-halal belum terpenuhi secara maksimal karena masih banyak restoran bersertifikat halal yang masih memperjualbelikan alkohol. Kebutuhan akan pelayanan makan sahur di hotel bagi wisatawan Muslim yang berpuasa juga belum terpenuhi karena sejauh penelusuran peneliti, belum ditemukan hotel yang menyediakan fasilitas ini. Selain itu, masih terdapat beberapa masalah yang perlu diperhatikan oleh Jepang, yaitu pertama, terbatasnya jumlah restoran halal di kota kecil padahal wisatawan Muslim juga tertarik untuk mengunjungi kota-kota kecil di Jepang. Kedua, belum terdapat badan sertifikasi halal yang ditunjuk secara resmi oleh pemerintah Jepang. Banyaknya jumlah lembaga yang mengeluarkan sertifikat halal dan adanya lembaga yang dengan mudah mengeluarkan sertifikat halal membingungkan perusahaan Jepang. Pemerintah Jepang sebaiknya menentukan lembaga sertifikasi halal mana saja yang dapat mengeluarkan sertifikat halal untuk perusahaan-perusahaan Jepang dengan menjalankan prosedur yang semestinya. Langkah ini akan membantu perusahaan-perusahaan Jepang yang saat ini kesulitan menentukan kemana harus mendaftarkan produknya. Ketiga, terbatasnya jumlah musala yang menyediakan fasilitas wudu. Adanya fasilitas berwudu akan memudahkan wisatawan Muslim dalam menjalankan ibadah salat. Karena keterbatasan waktu, masih terdapat beberapa hal yang belum dibahas dalam penelitian ini terutama dari sisi *supply side key themes* seperti fasilitas transportasi, fasilitas di objek wisata, agen perjalanan, dan sumber daya manusia yang terlibat dalam bisnis pariwisata di Jepang.

16. Alwafi Ridho Subarkah (2018) meneliti tentang potensi pariwisata Halal dalam meningkatkan ekonomi daerah dengan judul journal penelitiannya “*Potensi dan prospek wisata Halal dalam meningkatkan ekonomi daerah (studi kasus: Nusa tenggara barat)*. Penelitian ini bertujuan agar ekonomi daerah dapat di optimalkan potensinya. Diplomasi publik dengan *introducing, increasing positive appreciation, engaging, influencing* yang dilakukan oleh Indonesia melalui pembangunan wisata halal di Nusa Tenggara Barat

dianggap berhasil terlihat dari kunjungan wisatawan Muslim yang mengalami peningkatan dan menarik perhatian investor asing dalam mengembangkan wisata. Jika dilakukan dengan baik dan melihat dari perkembangan wisata Indonesia, kepentingan nasional seperti meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 menjadi 20 juta wisatawan mancanegara akan berhasil. Wisata halal dapat dijadikan sebagai alternatif dalam meningkatkan perekonomian daerah karena potensi pasar yang terus mengalami peningkatan, serta wisatawan millennial dengan karakteristik tersebut daerah seperti Nusa Tenggara Barat dapat melakukan memenuhi indikator dalam memenuhi kebutuhan fasilitas dan layanan bagi wisatawan Muslim, dengan target pasar utama wisatawan Timur Tengah yang menghabiskan uang untuk berwisata cukup tinggi. Namun perlu diingatkan bahwa wisata halal ini tidak hanya diperuntukkan bagi wisatawan Muslim, wisatawan non-Muslim pun dapat menikmati produk, fasilitas dan layanan wisata halal tersebut.

17. Eka Dewi Satriana dan Hayyun Durrotul Faridah (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Wisata Halal: Perkembangan, Peluang dan Tantangan*. Adapun tujuan penelitian mereka untuk meneliti perkembangan, peluang dan tantangan wisata halal. Dimana Wisata halal (*halal tourism*) merupakan studi yang mulai berkembang beberapa tahun terakhir. Penggunaan terminologi terkait wisata halal juga beragam dan hingga kini masih menjadi perdebatan. Begitu juga dengan prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal yang belum disepakati. Namun, tersedianya makanan yang halal, produk yang tidak mengandung babi, minuman yang tidak memabukkan (mengandung alkohol), ketersediaan fasilitas ruang ibadah termasuk tempat wudhu, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, petunjuk kiblat dan pakaian staf yang sopan merupakan syarat yang mampu menciptakan suasana yang ramah muslim. Adanya peningkatan wisatawan muslim dari tahun ke tahun merupakan peluang dan tantangan bagi sektor pariwisata untuk mengembangkan wisata halal. Banyak negara-negara (baik mayoritas muslim maupun non-muslim) berupaya mengembangkan wisata halal. Namun, dilihat dari konsep dan prinsip wisata halal yang ada, negara-negara tersebut

umumnya hanya mencoba menciptakan suasana yang ramah muslim. Pengembangan wisata halal perlu untuk dilakukan, salah satunya dengan melakukan berbagai penelitian atau kajian. Hingga kini, penelitian terkait wisata halal masih terbatas, terutama di Indonesia. Salah satu penelitian yang mungkin dapat dilakukan yakni terkait persepsi wisatawan non-muslim terhadap wisata.

18. Sekar Indah Putri Barus, Pindi Patana dan Yunus Afiffudin (2013) dalam penelitian yang berjudul *Analisis Potensi Obyek Wisata dan Kesiapan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Danau Linting Kabupaten Deli Serdang*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan daya tarik wisata alam di kawasan Danau Linting dan penilaian masyarakat dalam pengembangan desa wisata di kawasan Danau Linting. Pertanyaan melibatkan pengunjung, masyarakat, staf Kementerian Kehutanan, dan staf Kementerian Pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi sumber daya alam di desa Sibunga-bunga adalah sumber air panas, gua, dan batu kapur. Evaluasi objek dan daya tarik wisata dikategorikan layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Orang-orang bersedia berpartisipasi dalam mengembangkan desa mereka menjadi salah satu desa wisata.
19. Syahrir Nawir Nur, Hafied Cangara dan Rhiza S. Sadjad (2014) dalam penelitian yang berjudul *Kesiapan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng Dalam Rangka Peningkatan Promosi Berbasis E-Tourism*, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kesiapan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng dalam mengelola sistem informasi pariwisata berbasis e-tourism di Kabupaten Bantaeng yang akan dirancang. Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT. Informan penelitian ini adalah Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng, Kepala Bidang Pemasaran dan Pengembangan Kabupaten Bantaeng, serta Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten

Bantaeng. Informan lainnya adalah masyarakat Kabupaten Bantaeng. Penelitian ini menggunakan dua cara dalam memperoleh data, yang pertama melalui wawancara dan dokumentasi serta pengamatan langsung. Hasilnya adalah Hasil penelitian ini menunjukkan dari keenam factor kesiapan pemanfaatan teknologi (Kesiapan teknologi informasi, kebijakan, sumber daya manusia, keuntungan, proses dan infrastruktur.

20. Muhamad (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *Tingkat Kesiapan Masyarakat Pengelolaan Lingkungan Dan Kepariwisata Alam Pasca-Erupsi 2010*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengukur tingkat kesiapan masyarakat lereng Merapi selatan pascaerupsi 2010. Tingkat kesiapan pengelolaan lingkungan dan kepariwisataan alam didasarkan kepada pendekatan nilai-nilai potensi lokal. Semakin tinggi tingkat kesiapan masyarakat di dalam pengelolaan lingkungan dan kepariwisataan alam, maka semakin tinggi nilai indeks tingkat kesiapan tersebut
21. Reski Amalyah, Djamhur Hamid dan Luchman Hakim (2016) dalam penelitian mereka yang berjudul *Peran Stakeholder Pariwisata dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil daya tarik dan atraksi wisata di Pulau Samalona, peran stakeholder dalam pengembangan Pulau Samalona, dan faktor pendukung dan penghambat peran stakeholder dalam pengembangan Pulau Samalona. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pulau Samalona merupakan pulau yang memiliki potensi bahari sehingga kegiatan utama yang dilakukan wisatawan yaitu snorkeling. Pengembangan Pulau Samalona melibatkan stakeholder pariwisata yang terdiri dari pemerintah melalui Disparekraf Kota Makassar, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat lokal Pulau Samalona. Peran stakeholder dalam pengembangan Pulau Samalona berupa penyediaan sarana prasarana, pembinaan sumber daya manusia, \ pemberdayaan masyarakat lokal, promosi, dan CSR (Corporate Social Responsibility).
22. Fitri Handayani dan Hardi Warsono dalam penelitian yang berjudul *Analisis peran Stakeholder Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Karang Jahe*

Di Kabupaten Rembang, Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata Pantai Karang Jahe, faktor-faktor yang menghambat peran pemangku kepentingan dalam upaya pengembangan wisata Pantai Karang Jahe, dan merumuskan upaya untuk mengatasi faktor penghambat Peran pemangku kepentingan dalam pengembangan wisata Pantai Karang Jahe di kabupaten rembang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata Pantai Karang Jahe melibatkan peran Dinbudparpora, masyarakat setempat, dan pengusaha. Peran yang dijalankan oleh masing-masing pemangku kepentingan meliputi pembuat kebijakan, koordinator, fasilitator, pelaksana dan akselerator. Peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata lebih menekankan pada peran fasilitator dalam bentuk fisik. Faktor yang menghambat peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata Pantai Karang Jahe adalah keterbatasan lahan, keterbatasan anggaran, keterbatasan sumber daya manusia, pola pikir, peraturan, kegiatan promosi, dan kerjasama antar pemangku kepentingan. Upaya dilakukan untuk mengatasi faktor penghambat, yaitu menjalin kerja sama antara pengelola Pantai Karang Jahe dengan pemilik lahan, membangun kesadaran pariwisata melalui kelompok kesadaran pariwisata, dan memberdayakan masyarakat desa untuk memanfaatkan limbah tersebut menjadi produk komersial, sanksi diatur di desa.

23. Moh. Rosyid (2014) dalam penilitiannya yang berjudul *Strategi Optimalisasi Wisata Syariah Di Kudus*. Potensi bidang kepariwisataan di Kudus yang telah ada merupakan aset yang perlu sentuhan nyata agar kesejahteraan bagi warga Kudus terlaksana dengan baik. Satu hal yang memprihatinkan bahwa Kudus memiliki dua destinasi wisata Syariah skala nasional, yakni wisata berbasis ritual keagamaan, tetapi satu di antaranya tidak termasuk destinasi wisata versi pemerintah provinsi Jawa Tengah. Bahkan penghargaan destinasi wisata yang dianugerahkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah tahun 2014 pun tidak diperoleh Kudus. Hal ini sebagai penanda bahwa destinasi wisata dan wisata syariah di Kudus belum mendapat perhatian yang proporsional oleh

pemerintah daerah Kabupaten Kudus. Keprihatinan ini agar tidak berlarut-larut, segera merapatkan barisan antara pemerintah dan pelaku wisata di Kudus.

24. Lintang Praharya Suryono, Winny Astuti dan Murtanti Jani Rahayu (2008), dalam penelitian yang berjudul *Tingkat Kesiapan Komponen Wisata Kreatif Jayengan Kampoeng Permata Berdasarkan Stakeholder*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kesiapan komponen pariwisata kreatif Jayengan Kampoeng Permata oleh pemangku kepentingan. Penelitian ini menggunakan deduktif kuantitatif metode. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan Pemangku kepentingan Jayengan Kampoeng Permata sebagai orang yang diwawancarai. Tingkat kesiapan Jayengan Kampoeng Permata agak dipersiapkan. Komponen yang memberikan nilai tertinggi terhadap kesiapan Jayengan Kampoeng Permata adalah terendah komunitas pariwisata kreatif, infrastruktur, daya tarik, lembaga eksternal, wisatawan dan institusi internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan orang tidak jaminan kesiapan Jayengan Kampoeng Permata sebagai tujuan wisata kreatif, Daya tarik yang dimiliki Jayengan Kampoeng Permata belum bisa mengundang wisatawan, kesiapan infrastruktur Jayengan Kampoeng Permata yang cukup tidak mampu menarik wisatawan, Peran kelembagaan internal dalam mendukung kesiapan Jayengan Kampoeng Permata dan lembaga eksternal sebagai faktor eksternal kesiapan Jayengan Kampoeng Permata.
25. Nailu Rahman dalam penelitian yang berjudul *Perspektif Stakeholder Terhadap Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian stakeholders terhadap potensi daya tarik wisata dan pendukung obyek wisata Telaga Ngebel, mengetahui harapan stakeholders terhadap pengembangan di obyek wisata Telaga Ngebel, dan memberikan arahan kebijakan untuk pengelolaan dan pengembangan yang tepat di obyek wisata Telaga Ngebel. Metode penelitian menggunakan tiga pendekatan analisa, yaitu analisis tabel silang, analisis deskriptif, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan, baik

wisatawan, masyarakat maupun dari pihak pemerintah menilai potensi potensi daya tarik wisata harapan stakeholder adalah peningkatan sarana dan prasarana yang mendukung pariwisata, mampu mendongkrak perekonomian lokal, serta peningkatan regulasi dan kebijakan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Jenis dan Prosedur Penelitian

Untuk menjadikan penelitian ini sesuai dengan latar belakang masalah dan perumusan masalah, maka diperlukan penetaan metodologi yang dipakai, sehingga pembahasan penelitian lebih terarah dan tepat sasaran. Pembahasan mengenai metodologi pada penelitian ini mencakup penjelasan tentang metode penelitian, data dan sumber data, cara penentuan sampel dan populasi, tahap pengolahan data, metode pengumpulan data, metode analisis data, langkah-langkah penelitian dan teknik penulisan. Berikut uraian masing-masing terkait metodologi penelitian ini:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah administrasi Kota Pematangiantar. Terkhusus di daerah yang menjadi pusat pengembangan Pariwisata Halal Pematang Siantar. Hal ini dilakukan karena tempat-tempat tersebut mewakili responden penelitian.

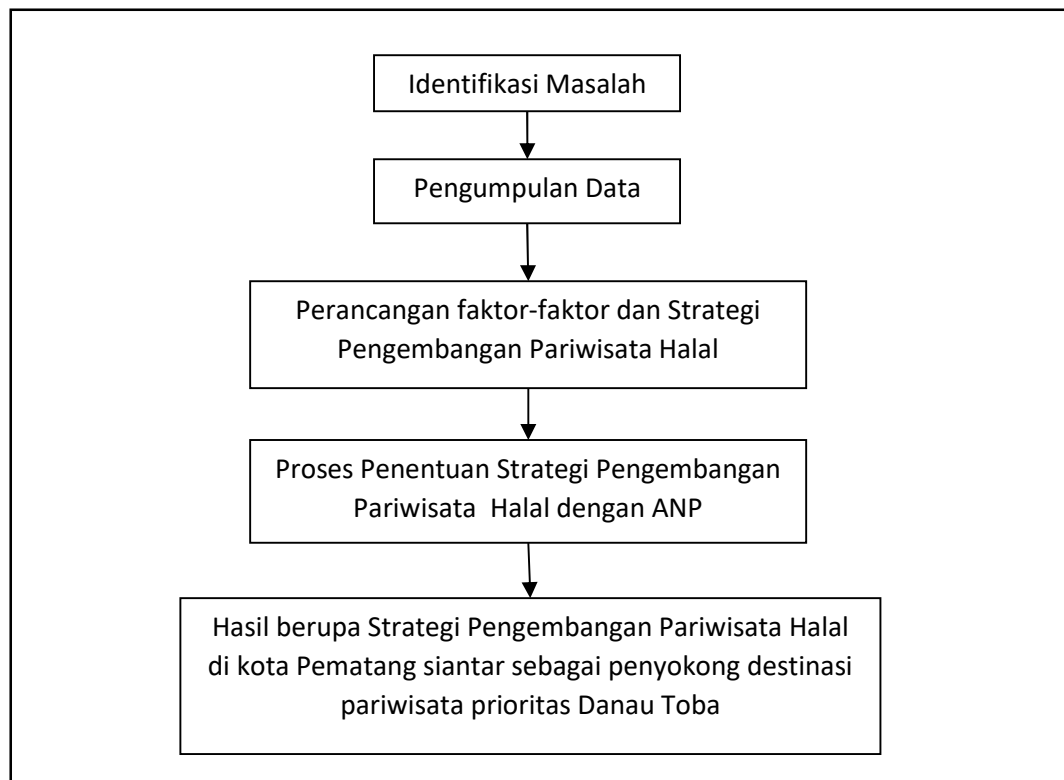
2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah pada proses penyimpulan secara deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Penekanan penelitian dengan pendekatan kualitatif terletak pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif ²⁵².

3. Prosedur Penelitian

Penelitian ini membutuhkan langkah-langkah/prosedur penelitian yang akan memfokuskan arah penelitian. Prosedur penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut:

²⁵² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, cet. 9, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 5.



Gambar 3. 1: Prosedur penelitian

Berdasarkan kedalaman analisisnya, penelitian ini juga dapat digolongkan ke dalam penelitian deskriptif dan eksploratif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu yang terjadi saat ini dan melihat keterkaitan antara variabel yang ada. Di dalamnya terdapat upaya untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang terjadi sekarang. Penelitian ini tidak menguji hipotesa atau tidak menggunakan hipotesa, melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti. Penelitian semacam ini sering dilakukan oleh pejabat-pejabat untuk mengambil kebijakan atau keputusan untuk melakukan tindakan-tindakan dalam melakukan tugasnya²⁵³. Penelitian deskriptif dilakukan sebatas pada taraf deskripsi dengan menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis, dengan tujuan untuk mudah difahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian deskriptif selalu memberikan dasar faktual, sehingga dapat dirujuk

²⁵³ Mardalis, *Metode Penelitian; Suatu Pendekatan Proposal*, cet. 10, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 24.

langsung pada data yang diperoleh²⁵⁴. Kelebihan penelitian ini adalah berupaya untuk memperoleh deskripsi yang lengkap dan akurat dari suatu situasi. Penelitian ini juga memiliki. Pertama, dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Kedua, untuk mengenali distribusi dan perilaku data yang dimiliki²⁵⁵.

Penelitian eksploratif ditandai dengan fleksibilitas,²⁵⁶ dan bertujuan untuk mencari hubungan-hubungan baru yang terdapat pada suatu permasalahan yang luas dan kompleks. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya. Setelah dianalisa, diharapkan hasilnya dapat menjadi hipotesa untuk penelitian selanjutnya. Penelitian eksploratif juga tidak menggunakan hipotesa. Hal ini dikarenakan adanya kompleksitas data yang akan diteliti, sehingga tidak memungkinkan untuk merumuskan hipotesanya²⁵⁷.

B. Konstruk Model Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Kota Pematangsiantar

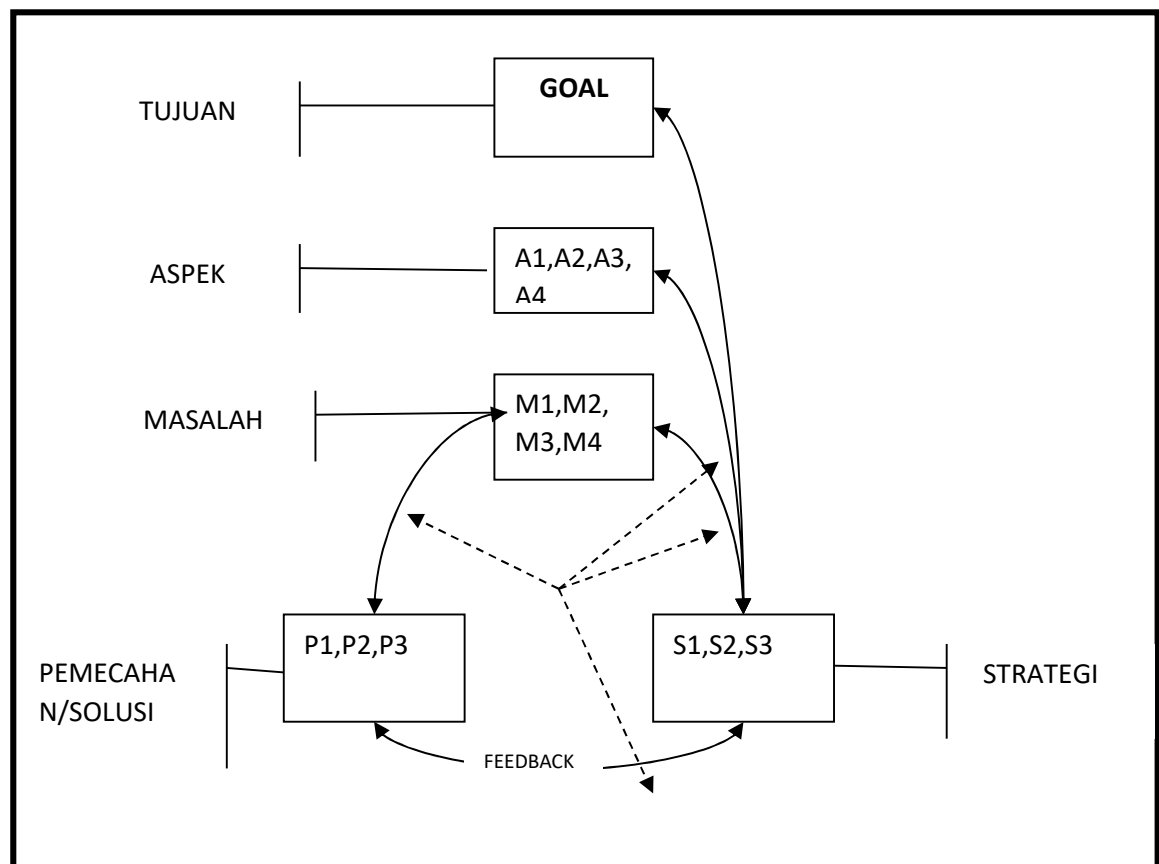
Dalam menentukan kebijakan pengembangan pariwisata halal dengan menggunakan metode ANP, disusun konstruk model untuk menghasilkan skala prioritas kebijakan pengembangan pariwisata halal. Berikut diagram konstruk model pengembangan pariwisata halal di kota Pematangsiantar.

²⁵⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, h. 6.

²⁵⁵ Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Ed. 6, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN), h. 14.

²⁵⁶ Ibid.

²⁵⁷ Mardalis, *Metode Penelitian, Op. Cit* h. 25.



Gambar 3. 2 : Konstruk model

Kerangka ANP dalam penentuan kebijakan pengembangan pariwisata halal terdiri dari 5 kluster yakni: tujuan, aspek, masalah, solusi dan strategi. Berikut penjelasan atas lima kluster kerangka ANP di atas:

Kluster Tujuan: Tujuan utama model yakni menentukan prioritas strategi pengembangan kawasan pariwisata halal yang berdaya saing.

Kluster Aspek : Yakni aspek-aspek yang dijadikan pertimbangan model dalam penyusunan strategi yakni: Akses, Komunikasi, Lingkungan dan Jasa

Kluster Masalah : Yakni masalah-masalah dalam pengembangan pariwisata halal antara lain, terbatasnya aksesibilitas, kurangnya aturan dan panduan wisata halal, kurangnya adukasi wisata halal pada *stakeholder*, jangkauan pasar yang terbatas, kurangnya *tour guides*, lemahnya digital marketing, kurangnya pelayanan kedatangan turis, lemahnya komitmen wisata halal, kurangnya jangkauan wi-fi, kurangnya informasi restoran halal, kurangnya informasi hotel syariah dan kurangnya atraksi wisata halal.

Kluster Solusi : Yakni solusi atas masalah antara lain meningkatkan aksesibilitas, membuat aturan dan panduan yang mendukung wisata halal, meningkatkan adukasi wisata halal pada stakeholder, meluaskan jangkauan pasar wisata, menambah jumlah guide wisata halal, menguatkan digital marketing, meningkatkan pelayanan kedatangan wisatawan, meningkatkan komitmen wisata halal, meningkatkan jangkauan wi-fi, meningkatkan informasi restoran halal, meningkatkan informasi hotel syariah dan meningkatkan atraksi yang mendukung wisata halal.

Kluster Strategi : Merupakan kluster alternatif strategi sebagai kebijakan pariwisata halal yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pilihan Strategi sebagai berikut: Pengembangan ekosistem pariwisata halal, pengembangan investasi pariwisata halal, penerapan strategi pariwisata halal yang berkelanjutan, strategi peraturan daerah yang mendukung pariwisata halal, pengembangan aksesibilitas dan konektifitas, strategi pemasaran pariwisata halal dan strategi pengembangan atraksi yang syar'i.

1. Kluster Goal/Tujuan

Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (RIPPARNAS) Tahun 2010-2025 merupakan amanat dari UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang mengatur pembangunan kepariwisataan Indonesia. Wilayah pengembangan destinasi pariwisata nasional diarahkan pada 222 Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) di 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), dan 88 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN).

Arah dan kebijakan pariwisata nasional menjadi acuan dalam penentuan tujuan penelitian ini yakni strategi pengembangan destinasi wisata dengan komitmen pengembangan wisata halal di kota Pematangsiantar. Berikut adalah strategi pengembangan destinasi wisata:

- a. Strategi 1-pengembangan ekosistem pariwisata.
- b. Strategi 2-pengembangan investasi pariwisata.
- c. Strategi 3-penerapan destinasi pariwisata berkelanjutan.
- d. Strategi 4- pengembangan amenities

- e. Strategi 5-pengembangan aksesibilitas dan konektifitas
- f. Strategi 6-pengembangan atraksi

2. Kluster Aspek

Kluster ini menilai aspek-aspek yang menjadi pertimbangan model dalam penyusunan strategi pengembangan destinasi wisata. Pemenuhan aspek pariwisata halal menggunakan instrumen ACES Model yang dikembangkan oleh Indonesia Muslim Travel Index/IMTI. Empat aspek yakni: (1) *Access/Akses*, (2) *Communication/Komunikasi*, (3) *Environment/Lingkungan* dan (4) *Service/Jasa*. Empat aspek tersebut yang menjadi singkatan ACES-Model

3. Kluster Masalah.

Berdasarkan observasi awal di kota Pematangsiantar, Pengembangan Kluster Aspek akan menghasilkan rincian masalah yang dihadapi Kota Pematangsiantar dalam pengembangan destinasi pariwisata halal. Masalah dalam pengembangan destinasi pariwisata halal di kota Pematang Siantgar adalah sebagai berikut:

- a. terbatasnya aksesibilitas
- b. kurangnya aturan dan panduan wisata halal
- c. kurangnya adukasi wisata halal pada *stakeholder*
- d. jangkauan pasar yang terbatas
- e. kurangnya *tour guides*
- f. lemahnya digital marketing
- g. kurangnya pelayanan kedatangan turis
- h. lemahnya komitmen wisata halal
- i. kurangnya jangkauan wi-fi
- j. kurangnya informasi restoran halal
- k. kurangnya informasi hotel syariah
- l. kurangnya atraksi wisata halal.

4. Kluster Solusi

Kluster Solusi adalah solusi atas masalah yang dihadapi. Berikut adalah solusi (utama) dalam pengembangan destinasi pariwisata halal di kota Pematangsiantar:

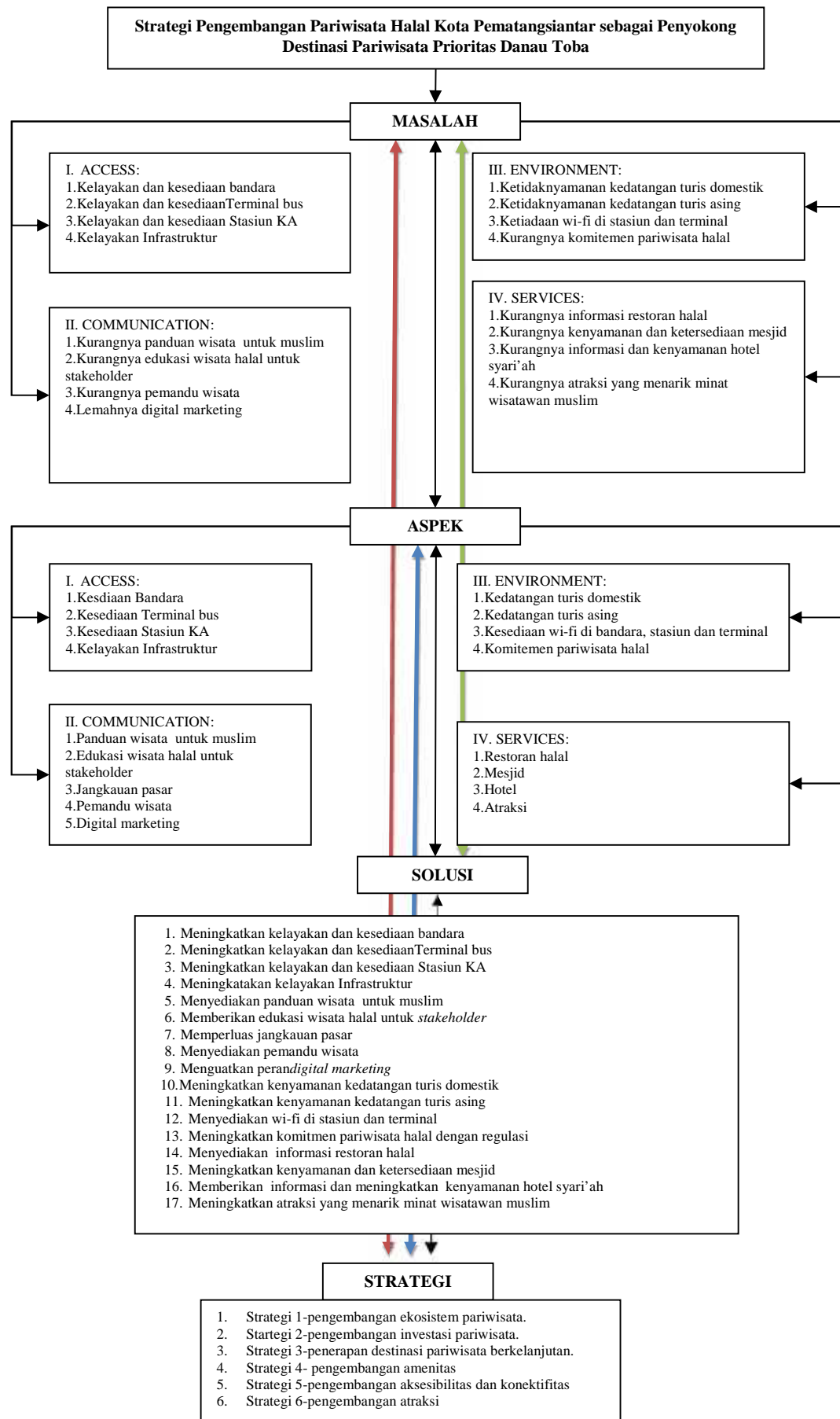
- a. Meningkatkan kelayakan dan kesediaan Terminal bus
- b. Meningkatkan kelayakan dan kesediaan Stasiun KA
- c. Meningkatkan kelayakan Infrastruktur
- d. Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik
- e. Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing
- f. Menyediakan wi-fi di stasiun dan terminal
- g. Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi
- h. Menyediakan panduan wisata untuk muslim
- i. Memberikan edukasi wisata halal untuk *stakeholder*
- j. Meningkatkan jangkauan pasar
- k. Menyediakan pemandu wisata
- l. Memperkuat peran *digital marketing*
- m. Menyediakan informasi restoran halal
- n. Meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan mesjid
- o. Meningkatkan kenyamanan stasiun dan terminal
- p. Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel syariah
- q. Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim

5. Kluster Strategi

Pengembangan Strategi berdasarkan strategi nasional pengembangan pariwisata oleh kementerian Pariwisata. Dalam kaitannya pengembangan destinasi pariwisata halal di kota Pematangsiantar dilakukan modifikasi alternatif strategi pengembangan pariwisata halal di kota Pematangsiantar yakni:

- a. Pengembangan ekosistem pariwisata halal.
- b. Pengembangan investasi pariwisata halal.
- c. Penerapan strategi pariwisata halal yang berkelanjutan.
- d. Strategi peraturan daerah yang mendukung pariwisata halal.
- e. Pengembangan aksesibilitas dan konektivitas.
- f. Strategi pemasaran pariwisata halal.

- g. Strategi pengembangan atraksi yang mendukung pariwisata halal. Secara rinci digambarkan kontruks model pada tabel dibawah ini:



Gambar 3. 3 : Kontruksi Model awal kerangka konseptual penelitian

C. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari objek penelitian secara langsung. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner, hasil observasi, hasil survei, laporan, dokumentasi dan data-data lainnya yang terkait dengan penelitian. Data penelitian ini adalah responden yang sudah memenuhi kriteria keahlian, dan *stakeholder* lainnya. responden-responen yang mempunyai satu atau dua kepakaran. Wawancara mendalam dilakukan kepada pakar pariwisata sebanyak 5 orang yang berlatar belakang keahlian bidang: pengambil kebijakan/pemerintah daerah/dinas pariwisata kota Pematangsiantar, pengambil kebijakan pemasaran, pengembangan destinasi, perencanaan pengembangan destinasi, urban regional planning; operator perjalanan, sekretaris jenderal asosiasi pariwisata daerah Sumatera Utara, investor, ahli tata kota, dan dosen pariwisata beberapa universitas. Berikut daftar responden yang akan diwawancarai:

Tabel 3. 1: Daftar responden

NO	NAMA RESPONDEN	KETERANGAN
1	Kusdianto, SH	Kadis Pariwisata Siantar
2	Haloho Siantar	Pengusaha Hotel
3	Zainal Siahaan	Majelis Ulama Indonesia kota Pematangsiantar
4	Melda	Pengusaha Hotel
5	Dr. M. Fitri Rahmadana, S.E., M.Si	Dosen Ilmu Ekonomi/ahli perencanaan wilayah Unimed

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari laporan penelitian sebelumnya, data badan pusat statistik, kementerian pariwisata, kementerian lainnya, undang-undang dasar 1945, peraturan-peraturan pemerintah, informasi dalam media massa, media elektronik, jurnal dan beberapa buku yang berkaitan dengan topik penelitian. Data primer lebih diutamakan dalam penelitian ini, sedangkan penggunaan data sekunder lebih berperan sebagai pelengkap analisis data primer.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Obsevasi

Observasi adalah sebuah kegiatan untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian dengan keikutsertaan sipeneliti secara aktif dan penuh perhatian terhadap masalah yang diteliti. Atau bentuk studi yang disengaja yang dilakukan secara sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan cara mengamati dan mencatatnya²⁵⁸.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini adalah sebuah teknik dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan informasi-informasi, baik melalui lisan, perbincangan atau tatap muka dengan responden penelitian. Kegiatan interviu ini juga dilakukan guna melengkapi data penelian yang diperoleh dari hasil observasi. Tujuan menggunakan metode ini adalah untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari responden. Metode ini juga digunakan untuk membantu responden yang kurang mampu dalam melengkapi pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Sistem yang digunakan dalam interviu ini adalah sistem tanya jawab kepada responden yang kurang mampu secara sistematis mengenai berbagai hal yang berkenaan dengan kuesioner penelitian²⁵⁹.

3. Kuesioner

²⁵⁸*Ibid.*, h. 63

²⁵⁹*Ibid.*, h. 64.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini metode ini digunakan dengan membuat daftar pertanyaan tertulis mengenai topik penelitian yang ditujukan kepada para responden. Mereka akan diminta untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan dengan memberikan tanda centang pada lembar jawaban yang ada²⁶⁰.

4. Dokumenter

Dalam penelitian ini metode dokumenter digunakan untuk menelusuri berbagai informasi mengenai laporan, catatan, dan data-data yang berkenaan dengan permasalahan penelitian. Sumber data yang ada dapat bersumber dari para responden, atau dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pematang Siantar atau dari pusat data lainnya.

E. Tahapan Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan salah satu rangkaian kegiatan penelitian setelah pengumpulan data. Pengolahan data penelitian yang sudah diperoleh dimaksudkan sebagai suatu cara mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga dapat dianalisa, dibaca dan dapat di tafsirkan. Tahapan pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pemeriksaan data dilakukan dengan memeriksa kembali data yang telah terkumpul dari penyebaran kuesioner.. Hal ini dilakukan guna mengetahui apakah data yang telah terkumpul cukup baik atau tidak. Pemeriksaan data dalam penelitian ini dilakukan terhadap jawaban yang ada dalam kuesioner dengan memperhatikan hal-hal berikut: (1) kelengkapan pengisian jawaban, (2) kejelasan tulisan, (3) kejelasan makna jawaban, (4) dan kesesuaian antarjawaban.

2. Pemberian Tanda Kode (*Coding*)

²⁶⁰ *Ibid.*, h. 67.

Pemberian tanda kode dalam penelitian ini dilakukan guna menyederhanakan data, yaitu dengan memberi simbol angka pada masing-masing kategori jawaban dari seluruh responden, dan untuk mempermudah mengadakan tabulasi dan analisa. Tanda-tanda kode dapat disesuaikan dengan pengertian yang menguntungkan peneliti, karena hal tersebut hanya berguna untuk memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah proses pembuatan tabel induk yang memuat susunan data penelitian berdasarkan klasifikasi yang sistematis, sehingga lebih mudah untuk dianalisis lebih lanjut. Sekalipun data penelitian telah ditabulasikan, namun pada umumnya belum dapat memberikan informasi yang diinginkan apabila belum diolah lebih lanjut. Guna membantu meningkatkan kecepatan data dan ketelitian dalam pengolahan data, maka peneliti menggunakan perogram komputer untuk analisis data.

F. Metode Pendekatan dan Analisis

1. *Focus Group Discussion* (FGD)

FGD adalah suatu diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terarah mengenai suatu isu atau masalah tertentu. Irwanto mendefinisikan FGD adalah suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok. Sesuai namanya, pengertian *Focus Group Discussion* (FGD) mengandung tiga kata kunci:

- a. Diskusi (bukan wawancara atau obrolan);
- b. Kelompok (bukan individual);
- c. Terfokus/Terarah (bukan bebas), artinya, walaupun hakikatnya adalah sebuah diskusi, FGD tidak sama dengan wawancara, rapat, atau obrolan beberapa orang di kafe-kafe. FGD bukan pula sekadar kumpul-kumpul beberapa orang untuk membicarakan suatu hal. Banyak orang berpendapat bahwa FGD dilakukan untuk mencari solusi atau menyelesaikan masalah. Artinya, diskusi yang dilakukan ditujukan untuk mencapai kesepakatan tertentu mengenai suatu permasalahan

yang dihadapi oleh para peserta, padahal aktivitas tersebut bukanlah FGD, melainkan rapat biasa²⁶¹.

FGD berbeda dengan arena yang semata-mata digelar untuk mencari konsensus. Sebagai alat penelitian, FGD dapat digunakan sebagai metode primer maupun sekunder. FGD berfungsi sebagai metode primer jika digunakan sebagai satu-satunya metode penelitian atau metode utama (selain metode lainnya) pengumpulan data dalam suatu penelitian. FGD sebagai metode penelitian sekunder umumnya digunakan untuk melengkapi riset yang bersifat kuantitatif dan atau sebagai salah satu teknik triangulasi. Dalam kaitan ini, baik berkedudukan sebagai metode primer atau sekunder, data yang diperoleh dari FGD adalah data kualitatif. Di luar fungsinya sebagai metode penelitian ilmiah, Krueger & Casey menyebutkan, FGD pada dasarnya juga dapat digunakan dalam berbagai ranah dan tujuan, misalnya (1) pengambilan keputusan, (2) *needs assesment*, (3) pengembangan produk atau program, (4) mengetahui kepuasan pelanggan, dan sebagainya.

2. Metode ANP

Menurut Ascarya, *Analytic Network Process* atau ANP merupakan pendekatan baru metode kualitatif, yang bersifat non parametrik dan non bayesian, untuk suatu proses pengambilan keputusan yang memberikan kerangka kerja umum dalam memperlakukan keputusan-keputusan tanpa membuat asumsi-asumsi tentang independensi elemen-elemen pada level yang lebih tinggi dari elemen-elemen pada level yang lebih rendah dan tentang independensi elemen-elemen dalam suatu level. Bahkan ANP menggunakan jaringan tanpa harus menetapkan level seperti pada hierarki yang digunakan dalam *Analytic Hierarchy Process* (AHP)²⁶².

Kelebihan menggunakan metodologi ANP dari metodologi yang lain adalah kemampuannya untuk membantu seorang peneliti dalam melakukan pengukuran dan sintesis terhadap sejumlah faktor-faktor dalam hierarki atau

²⁶¹ Irwanto, *Focused Group Discussion (FGD) : Sebuah Pengantar Praktis*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), h. 1-2.

²⁶² Ascarya, "Analytic Network Process (ANP): Pendekatan Baru Studi Kualitatif", (Makalah, tidak diterbitkan, 2005), h. 2.

jaringan. Menurut Ascarya, tidak ada metodologi lain yang mempunyai fasilitas sintesis seperti metodologi ANP. Sementara itu, kesederhanaan metodologinya membuat ANP menjadi metodologi yang lebih umum dan lebih mudah diaplikasikan untuk studi kualitatif yang beragam, seperti pengambilan keputusan, *forecasing*, alokasi sumber daya, dan lain sebagainya²⁶³.

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan ANP²⁶⁴ adalah:

- a. Mendefinisikan masalah dan menentukan kriteria solusi yang diinginkan.
- b. Menentukan pembobotan komponen dari sudut pandang manajerial.
- c. Selanjutnya membuat *Matrix Pairwise Comparison* yang menggambarkan pengaruh setiap elemen atas setiap kriteria. Perbandingan dilakukan pengambil keputusan dengan menilai tingkat kepentingan suatu kriteria. Skala 1 sampai 9 digunakan untuk perbandingan berpasangan dalam mengukur kepentingan relatif dari satu kriteria dengan kriteria yang lain.
- d. Menentukan *eigenvector* dari matrix yang telah dibuat pada langkah ketiga. *Eigenvector* merupakan bobot prioritas matrix yang selanjutnyadigunakan dalam penyusunan supermatrix.
- e. Menghitung *consistency ratio* yang menyatakan apakah penilaian yang diberikan konsisten atau tidak.
- f. Membuat Supermatrix, Supermatrix terdiri dari sub-sub matrix yang disusun dari suatu set hubungan antara dua level yang terdapat dalam model. *Eigenvector* yang diperoleh melalui pairwise comparison ditempatkan pada kolom *supermatrix* yang menunjukkan pengaruh dengan mempertimbangkan kriteria kontrol dari kriteria suatu komponen pada elemen tunggal dari komponen yang sama atau berbeda yang terdapat dibagian atas *supermatrix*.

²⁶³ *bid.*

²⁶⁴ Kusnadi *et. al.*, “Implementasi Metode Analytic Network Proses Untuk Penentuan Prioritas Penanganan Jalan Berdasarkan Tingkat Pelayanan Jalan,” dalam Jurnal Sistem isformasi bisnis, h. 107

<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jsinbis/article/download/10509/pdf> diakses Mei 2019

- g. Pemilihan alternatif terbaik, setelah memperoleh nilai setiap elemen pada limit matrix, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan terhadap nilai elemen-elemen tersebut sesuai dengan model ANP yang dibuat.
- h. Selanjutnya data akan diolah menggunakan *softwaresuperdecisions versi 3.2*.

ANP (*Analytic Network Process*). ANP adalah alat umum yang membantu untuk mengorganisasikan pemikiran dan pengalaman dengan melibatkan pandangan para pakar lalu mengkuantifikasinya dalam bentuk prioritas, dan menyajikan opini yang beragam setelah diskusi dan debat (Saaty dan Vargas, 2006).

Data yang didapatkan dari penelitian akan dianalisa dengan metode ANP yang merupakan metode yang dapat digunakan dalam berbagai studi kualitatif yang beragam, seperti pengambilan keputusan, *forecasting*, evaluasi, *mapping*, *strategizing*, alokasi sumber daya, dan lain sebagainya. Metodologi ANP memiliki tiga fungsi utama sebagai berikut:

- a. Melakukan strukturisasi pada kompleksitas

Dalam penelitiannya, Saaty and Vargas (2006) menemukan adanya pola-pola yang sama dalam sejumlah contoh tentang bagaimana manusia memecahkan sebuah kompleksitas dari masa ke masa. Dimana kompleksitas distruktur secara hierarkis ke dalam cluster-*cluster* yang homogen dari faktor-faktor.

- b. Pengukuran ke dalam skala rasio.

Saaty dan Vargas (2006) mengusulkan penggunaan penilaian rasio dari setiap pasang faktor dalam hierarki untuk mendapatkan (tidak secara langsung memberikan nilai) pengukuran skala rasio. Setiap metodologi dengan struktur hierarki harus menggunakan prioritas skala rasio untuk elemen di atas level terendah dari hierarki. Hal ini penting karena prioritas (atau bobot) dari elemen di level manapun dari hierarki ditentukan dengan mengalikan prioritas dari elemen pada level dengan prioritas dari elemen induknya. ANP menggunakan skala rasio pada semua level terendah dari hierarki/jaringan, termasuk level terendah (alternatif dalam model pilihan).

- c. Sintesis

Meskipun ANP memfasilitasi analisis, fungsi yang lebih penting lagi dalam ANP adalah kemampuannya untuk membantu kita dalam melakukan pengukuran dan sintesis sejumlah faktor-faktor dalam hierarki atau jaringan.

Geometric mean merupakan jenis penghitungan rata-rata yang menunjukkan tendensi atau nilai tertentu dimana memiliki formula sebagai berikut (Ascarya, 2011):

$$(\prod_{i=1}^n a_i)^{1/n} = \sqrt[n]{a_1 a_2 \dots a_n}$$

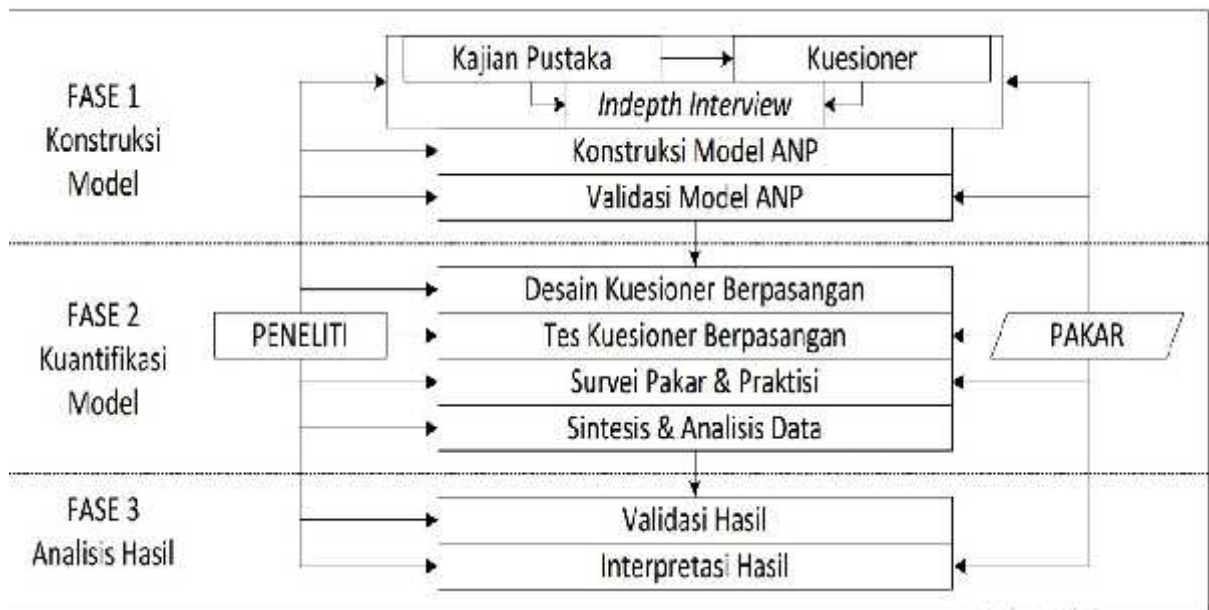
Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara yang dilakukan terhadap lima orang pakar dan praktisi yang memiliki pemahaman tentang permasalahan yang diteliti. Hasil wawancara yang dilakukan terhadap seluruh pakar selanjutnya akan dibentuk kerangka (model) ANP yang terdiri dari beberapa cluster dan elemen. Selanjutnya setelah dibentuk model ANP, teknik pengumpulan data berikutnya adalah dengan menyebar kuesioner perbandingan pasangan ke seluruh informan untuk mendapatkan nilai prioritas (bobot). Pertanyaan dalam kuesioner ANP berupa *pairwise comparison* (perbandingan pasangan) antar elemen dalam *cluster* untuk mengetahui mana di antara keduanya yang lebih besar pengaruhnya (lebih dominan) dan seberapa besar perbedaannya dilihat dari satu sisi. Skala numerik 1-9 yang digunakan merupakan terjemahan dari penilaian verbal.

Tabel 3. 2 : Perbandingan skala verbal dan skala numerikal

SKALA VERBAL	SKALA NUMERIK
Amat sangat lebih besar pengaruhnya	9
	8
Sangat lebih besar pengaruhnya	7
	6
Lebih besar pengaruhnya	5
	4
Sedikit lebih besar pengaruhnya	3
	2
Sama besar pengaruhnya	1

Sumber: Ascarya (2015)

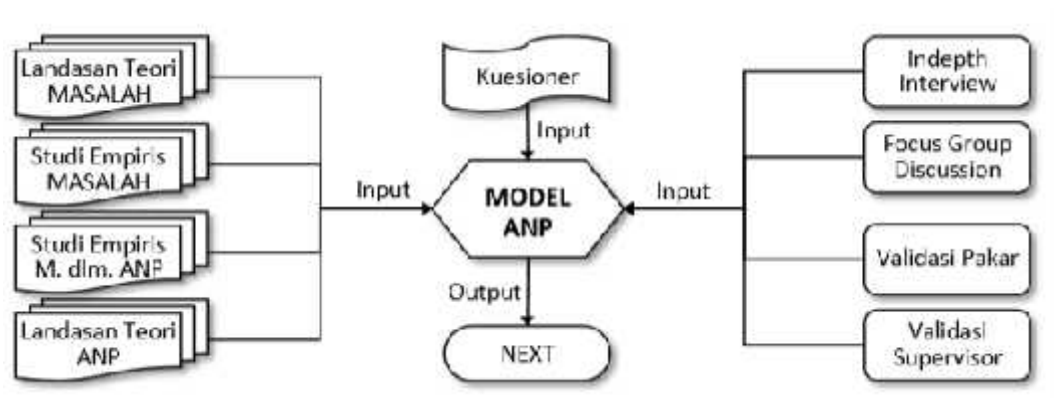
Pengisian kuesioner oleh responden harus didampingi peneliti untuk menjaga konsistensi dari jawaban yang diberikan. Pada umumnya, pertanyaan pada kuesioner ANP sangat banyak jumlahnya. Sehingga faktor-faktor non teknis dapat menyebabkan tingginya tingkat inkonsistensi. Secara umum, langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan dapat terangkum pada table berikut ini:



Gambar 3. 4 : Tahapan penelitian

Sumber: Ascarya (2015)

Fase pertama adalah fase konstruksi model, yaitu dimana model dibangun berdasarkan 3 (tiga) kegiatan yang dapat dilakukan diantaranya adalah melalui kajian pustaka (menemukan elemen-elemen baik permasalahan, aspek, solusi, bahkan strategi) terkait dengan permasalahan pada penelitian ini berdasarkan sumber/literature terdahulu, menyebar kuesioner (semi kuesioner) ke sejumlah responden/narasumber yang memahami betul permasalahan pada penelitian ini, serta melakukan wawancara secara mendalam kepada sejumlah responden/narasumber yang memahami betul permasalahan pada penelitian ini. Fase satu ini adalah fase yang paling penting dan paling membutuhkan perhatian lebih dari peneliti. Sebab, kesalahan pada pengembangan model penelitian maka akan berdampak pada kesalahan pada fase berikutnya (kuantitatif). Model penelitian ANP juga dijadikan rujukan dasar pada proses berikutnya. Oleh sebab itulah selain konstruksi modal ANP, maka validasi modal ANP perlu dilakukan oleh peneliti dengan melakukan konfirmasi model / validasi model kepada salah seorang pakar yang dianggap pakar dari segala pakar pada penelitian ini. Berikut ilustrasi fase pertama konstruksi model ANP:



Gambar 3. 5 : Fase konstruksi model ANP

Sumber: Ascarya (2015)

Hasil dari proses penggalian informasi melalui beberapa kegiatan diatas tentang masalah pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba ditemukan bahwa empat masalah pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu masalah akses, masalah komunikasi, masalah lingkungan dan masalah pelayanan. Demikian halnya ditemukan empat aspek juga memiliki empat sub kriteria, yaitu aspek akses, aspek komunikasi, aspek lingkungan dan aspek pelayanan. Solusi juga ditemukan memiliki empat sub kriteria, yaitu solusi akses, solusi komunikasi, solusi lingkungan dan solusi pelayanan untuk menjawab permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba.

Masing-masing sub masalah, sub aspek dan sub solusi memiliki elemen masing-masing yaitu dimana Masalah access memiliki empat elemen yaitu kelayakan dan kesediaan bandara, kelayakan dan kesediaan terminal bus, kelayakan dan kesediaan stasiun kereta api, dan kelayakan infrastruktur. Masalah komunikasi memiliki empat elemen yaitu kurangnya panduan wisata untuk muslim, kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder, kurangnya pemandu wisata, dan lemahnya digital marketing. Masalah lingkungan memiliki empat

elemen yaitu ketidaknyamanan kedatangan turis domestic, ketidaknyamanan kedatangan turis asing, ketiadaan wi-fi di stasiun dan terminal, serta kurangnya komitmen pariwisata halal. Masalah pelayanan memiliki empat elemen yaitu kurangnya informasi restoran halal, kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid, kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah, dan kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

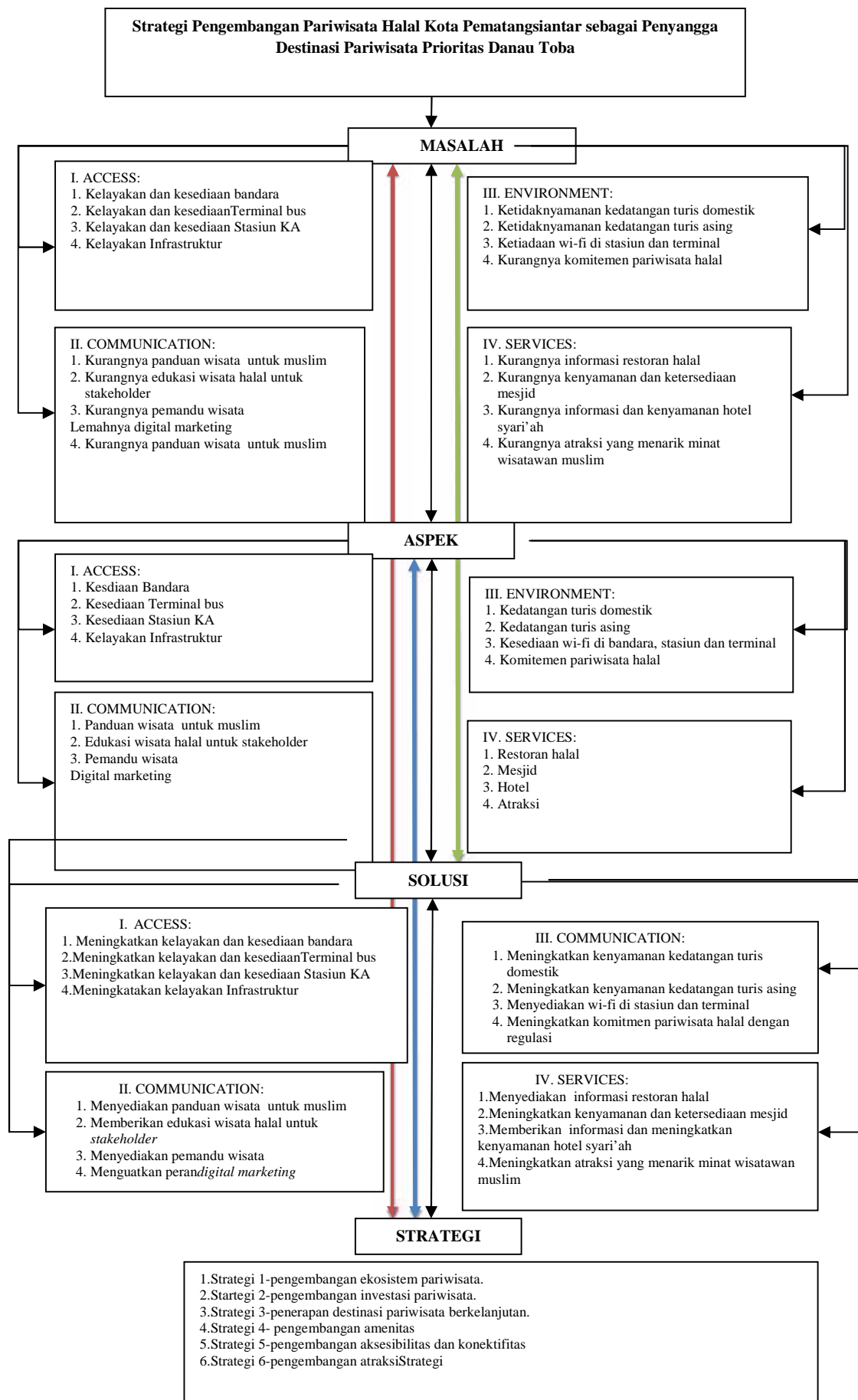
Aspek access memiliki empat elemen yaitu kelayakan dan kesediaan bandara, kelayakan dan kesediaan terminal bus, kelayakan dan kesediaan stasiun kereta api, dan kelayakan infrastruktur. Aspek komunikasi memiliki empat elemen yaitu panduan wisata untuk muslim, edukasi wisata halal untuk stakeholder, pemandu wisata, dan digital marketing. Aspek lingkungan memiliki empat elemen yaitu kedatangan turis domestic, kedatangan turis asing, kesediaan wi-fi di stasiun dan terminal, dan komitmen pariwisata halal. Aspek pelayanan memiliki empat elemen yaitu restoran halal, masjid, hotel syariah, dan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

Solusi access memiliki empat elemen yaitu meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara, meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal bus, meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun kereta api, dan meningkatkan kelayakan infrastruktur. Solusi komunikasi memiliki empat elemen yaitu panduan wisata untuk muslim, menyediakan panduan wisata halal untuk muslim, memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder, menyediakan pemandu wisata, dan menguatkan peran digital marketing. Solusi lingkungan memiliki empat elemen yaitu meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik, meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing, menyediakan wi-fi di stasiun dan terminal, dan meningkatkan komitmen pariwisata halal. Solusi pelayanan memiliki empat elemen yaitu menyediakan informasi restoran halal, meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan masjid, memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel syariah, dan meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

Hasil investigasi melalui tahap satu ini juga memunculkan strategi pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi

pariwisata prioritas Dana Toba yaitu diantaranya adalah, pengembangan ekosistem pariwisata, pengembangan investasi pariwisata, penerapan destinasi pariwisata berkelanjutan, pengembangan amenitas, pengembangan aksesibilitas dan konektifitas, serta pengembangan atraksi untuk menarik lebih banyak wisatawan.

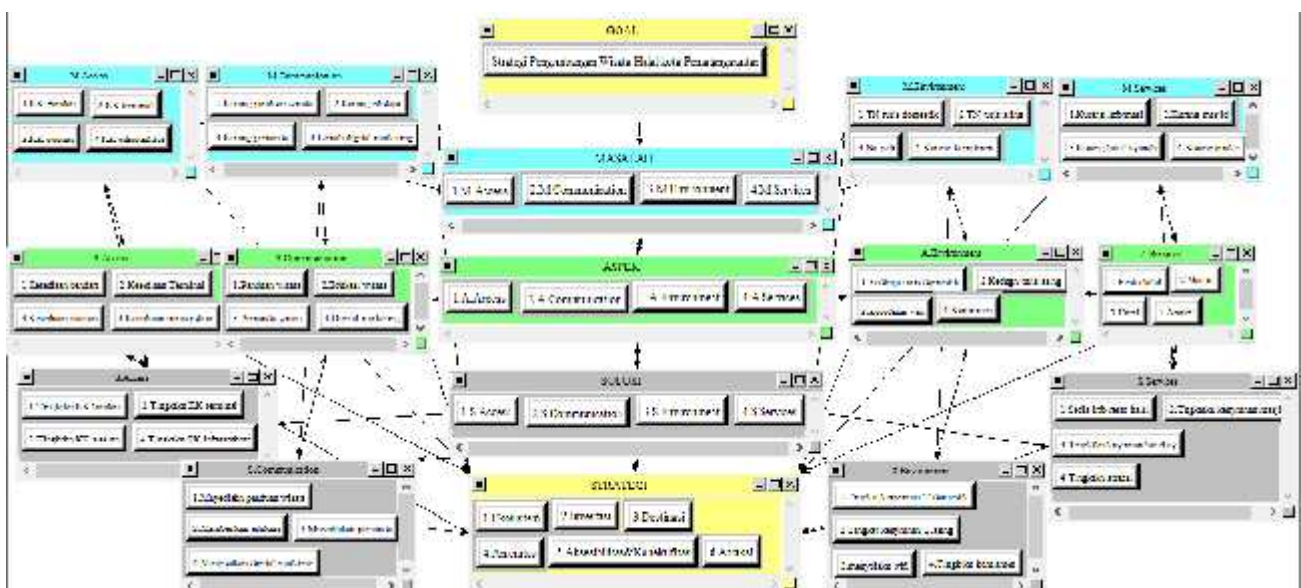
Berdasarkan hasil konstruksi ANP berikut dengan uraian di atas, maka dapat dirancang kerangka konseptual dengan memperhatikan struktur jaringan dalam ANP sebagaimana terlihat pada gambar 3.6 berikut ini:



Gambar 3. 6 : Model penelitian revisi setelah dilakukan wawancara mendalam

Model terakhir inilah yang akan digunakan untuk validasi model. Validasi model dilakukan kepada satu orang pakar yang dianggap pakar dari segala pakar dan juga dosen pembimbing. Mengingat dosen pembimbing memiliki wewenang serta keahlian yang dapat dipertanggungjawabkan pada permasalahan penelitian ini. Setelah dilakukan validasi, model yang valid akan diinput di *software superdecision*. Penginputan kerangka ANP pada *software superdecision* dilakukan melalui tiga (3) tahap yaitu:

1. Membuat cluster
2. Membuat elemen
3. Membuat jaringan



Gambar 3. 7 : Model ANP pada software superdecision

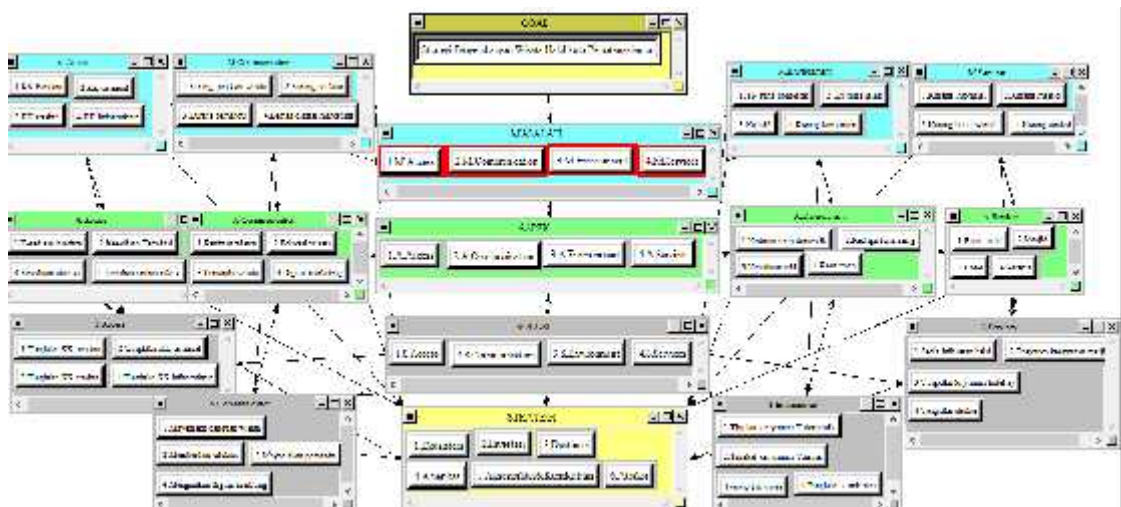
Berdasarkan gambar di atas, maka dapat dilihat bahwa terdapat 17 cluster yang dibangun dalam kerangka ANP penelitian ini. 17 cluster tersebut dibagi menjadi 5 (lima) level yang ditandai dengan adanya perbedaan warna. Level paling tinggi yang ditandai warna kuning adalah level tujuan (goal) dimana tujuan dari penelitian ini adalah masalah pengembangan pariwisata halal kota

Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Sedangkan level paling terendah adalah level strategi (yang juga ditandai dengan warna kuning). Level kedua adalah masalah yang terdiri dari 1 (satu) cluster dan 4 (empat) sub cluster, level ketiga adalah aspek yang terdiri dari 1 (satu) cluster dan 4 (empat) sub cluster, dan level keempat adalah solusi yang terdiri dari 1 (satu) cluster dan 4 (empat) sub cluster.

Dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan ANP, maka jumlah elemen dalam setiap cluster dalam satu level diusahakan untuk memiliki jumlah yang sama. Oleh sebab itu, peneliti mencoba untuk membuat elemen-elemen pada setiap cluster dalam satu level memiliki jumlah yang sama, kecuali cluster tujuan dan strategi. Contoh misalnya pada cluster sub masalah, ke empat sub cluster sama sama memiliki empat elemen didalamnya, demikian juga dengan pada cluster sub aspek, ke empat sub cluster sama sama memiliki empat elemen didalamnya, dan pada cluster sub solusi, ke empat sub cluster sama sama memiliki empat elemen didalamnya. Hal ini mengingat secara matematis ANP dihitung dengan menggunakan rumus matriks dan supermatriks, maka peneliti berusaha untuk menyajikan jumlah elemen (variabel) yang ideal sehingga dapat menghasilkan nilai yang *robust* dan tepat untuk menghasilkan angka prioritas akhir.

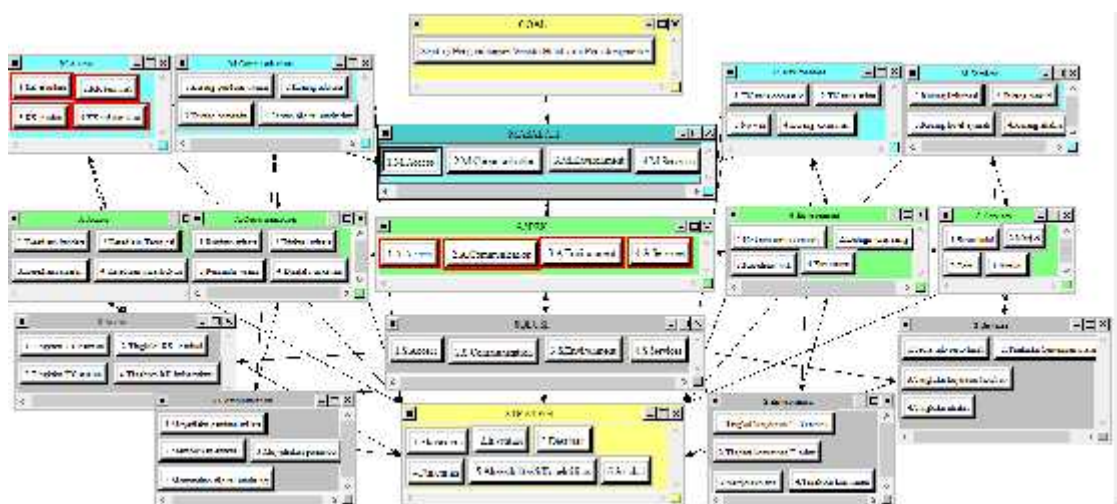
Tahap ketiga adalah membentuk jaringan ANP. Jaringan ANP dibentuk dimana setiap elemen dalam satu cluster saling terhubung (*interconnected*) dan saling tergantung (*interdependent*) dengan semua elemen dalam cluster lainnya sehingga membentuk circular causation yang menyerupai orientasi proses interaktif, integrative dan evolusioner (IIE) dari model *circular causation* dan *continuity* yang diusulkan oleh Choudhury dan Hoque (2004).

Dalam superdecisions, elemen-elemen dalam suatu cluster dihubungkan ke elemen-elemen dalam cluster lainnya dalam berbagai bentuk. Pertama elemen “strategi pengembangan wisata halal kota Pematangsiantar” pada cluster tujuan dihubungkan dengan semua elemen pada cluster MASALAH (lihat gambar 3.8).



Gambar 3. 8 : Hubungan elemen "strategi pengembangan wisata halal kota Pematangsiantar" dengan cluster "Masalah"

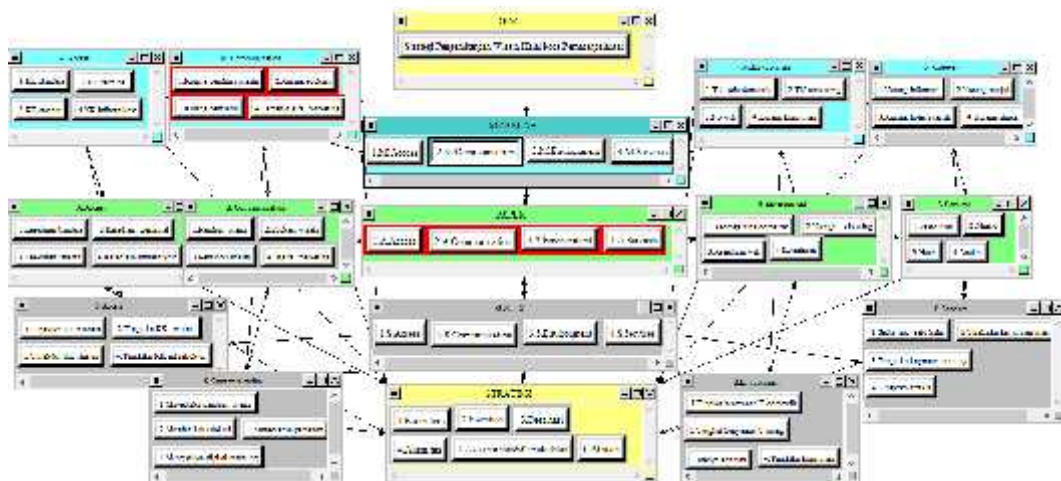
Kedua, elemen masalah akses dalam cluster MASALAH dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster MASALAH AKSES dan cluster ASPEK sebagaimana tergambar pada gambar 3.9 dibawah ini:



Gambar 3. 9 : Hubungan elemen "Masalah akses" dengan cluster "Masalah akses" dan cluster "Aspek"

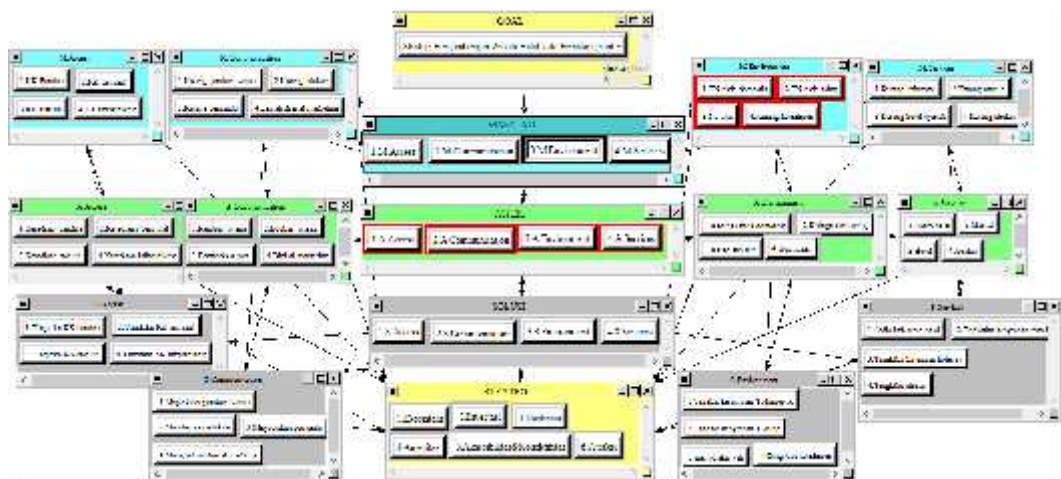
Ketiga, elemen masalah komunikasi dalam cluster MASALAH dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster MASALAH

KOMUNIKASI dan cluster ASPEK sebagaimana tergambar pada gambar 3.10 dibawah ini:



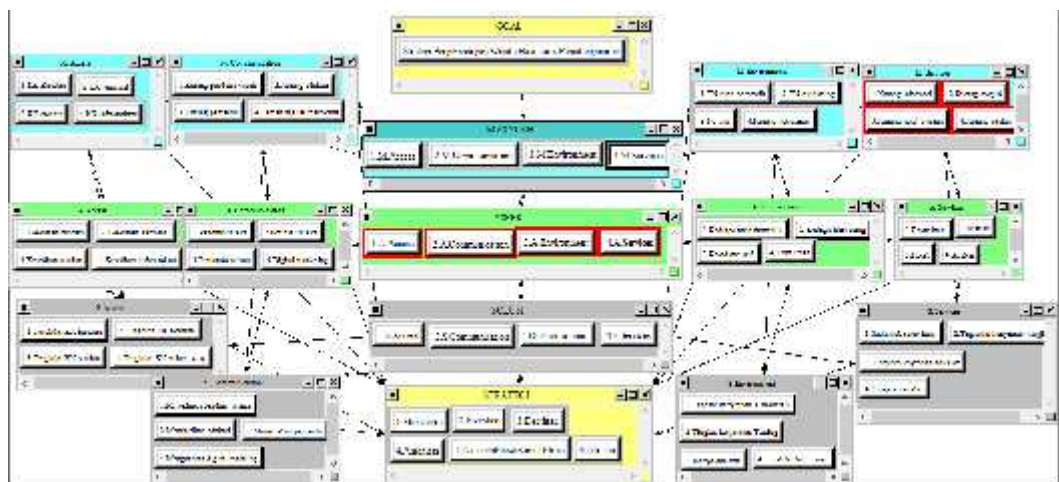
Gambar 3. 10 : Hubungan elemen "Masalah komunikasi" dengan cluster "Masalah komunikasi" dan cluster "Aspek"

Keempat, elemen masalah lingkungan dalam cluster MASALAH LINGKUNGAN dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster MASALAH LINGKUNGAN dan cluster ASPEK sebagaimana tergambar pada gambar 3.11 dibawah ini:



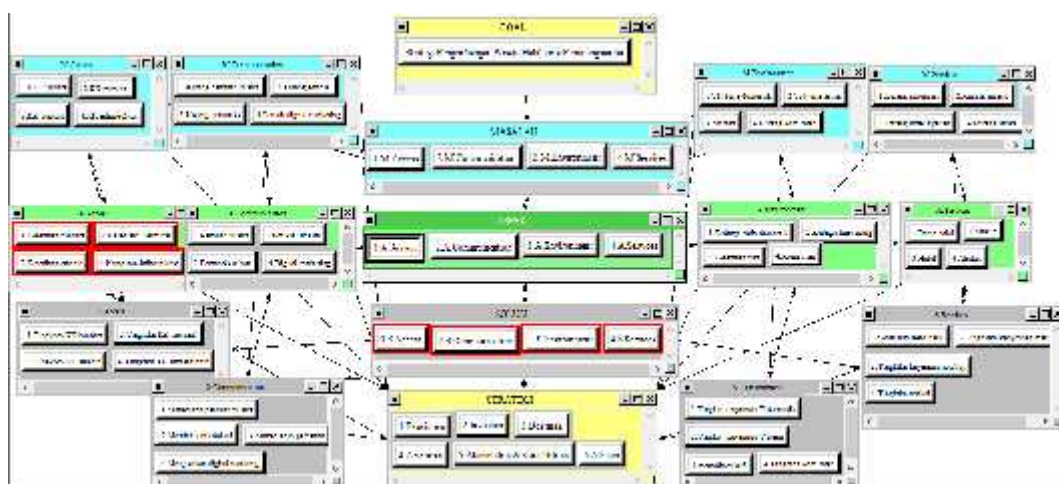
Gambar 3. 11 : Hubungan elemen "Masalah lingkungan" dengan cluster "Masalah lingkungan" dan cluster "Aspek"

Kelima, elemen masalah pelayanan dalam cluster MASALAH dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster MASALAH PELAYANAN dan cluster ASPEK sebagaimana tergambar pada gambar 3.12 dibawah ini:



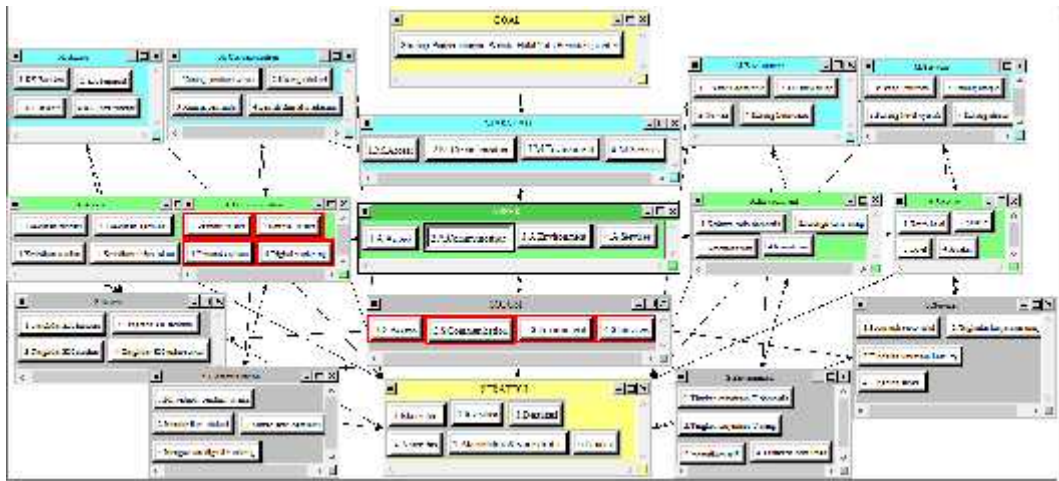
Gambar 3. 12 : Hubungan elemen "Masalah pelayanan" dengan cluster "Masalah pelayanan" dan cluster "Aspek"

Keenam, elemen aspek akses dalam cluster ASPEK dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster ASPEK AKSES dan cluster SOLLUSI sebagaimana tergambar pada gambar 3.13 dibawah ini:



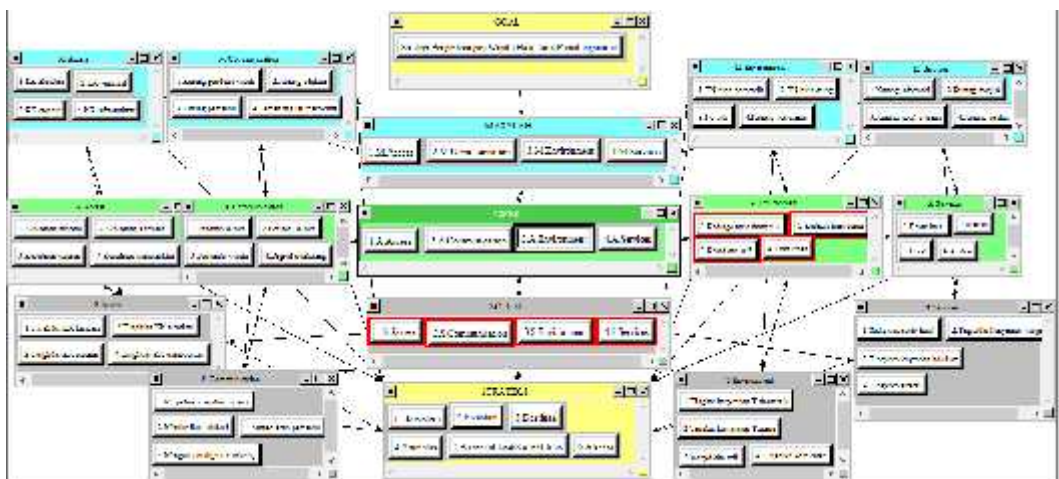
Gambar 3. 13 : Hubungan elemen "Aspek akses" dengan cluster "Aspek Akses" dan cluster "Solusi"

Ketujuh, elemen aspek komunikasi dalam cluster ASPEK dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster ASPEK KOMUNIKASI dan cluster SOLLUSI sebagaimana tergambar pada gambar 3.14 dibawah ini:



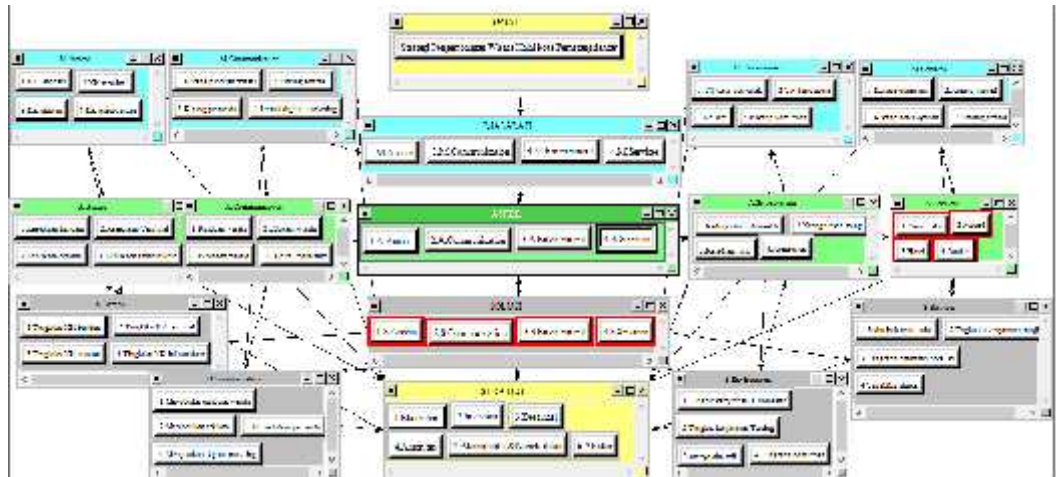
Gambar 3. 14 : Hubungan elemen "Aspek komunikasi" dengan cluster "Aspek komunikasi" dan cluster "Solusi"

Kedelapan, elemen aspek lingkungan dalam cluster ASPEK dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster ASPEK LINGKUNGAN dan cluster SOLLUSI sebagaimana tergambar pada gambar 3.15 dibawah ini:



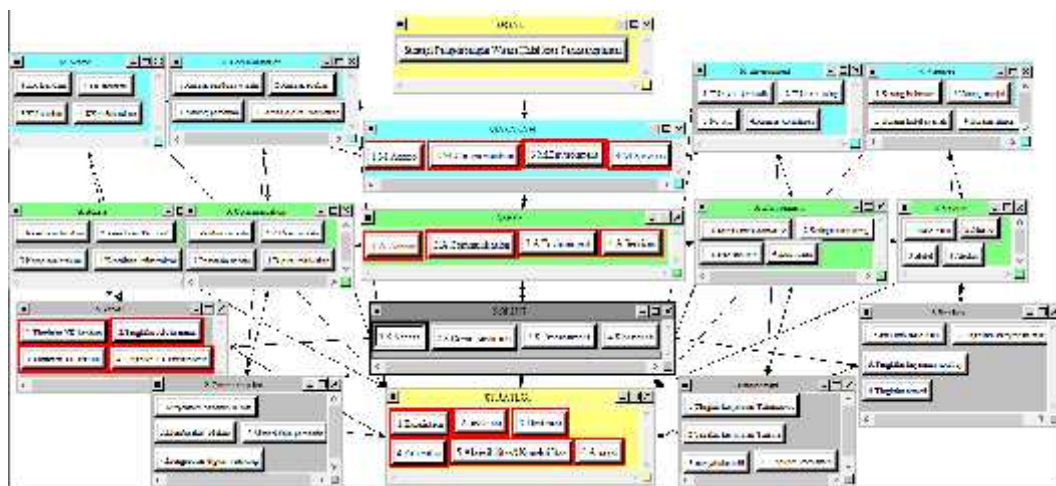
Gambar 3. 15 : Hubungan elemen "Aspek lingkungan" dengan cluster "Aspek lingkungan" dan cluster "Solusi"

Kesembilan, elemen aspek pelayanan dalam cluster ASPEK dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster ASPEK PELAYANAN dan cluster SOLLUSI sebagaimana tergambar pada gambar 3.16 dibawah ini:



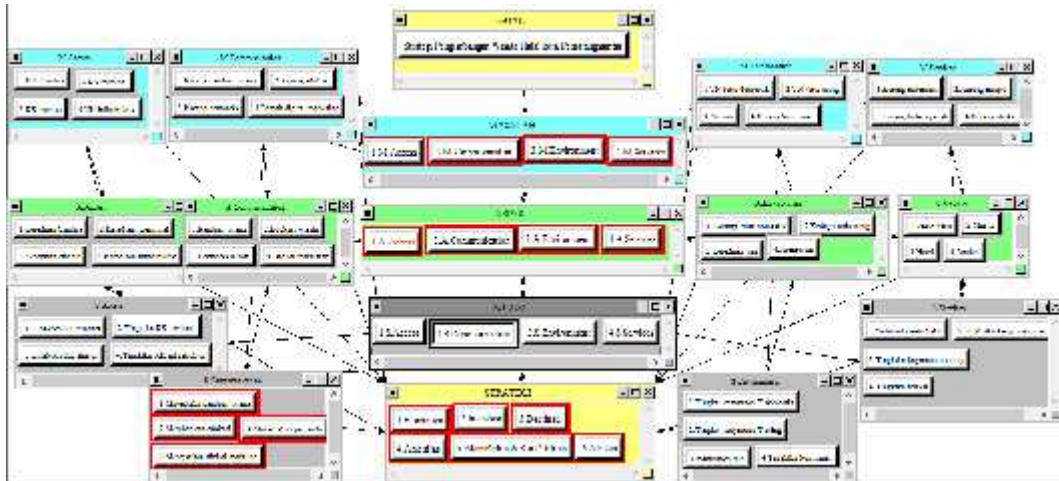
Gambar 3. 16 : Hubungan elemen "Aspek pelayanan" dengan cluster "Aspek pelayanan" dan cluster "Solusi"

Sepuluh, elemen solusi akses dalam cluster SOLUSI dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster SOLUSI AKSES dan cluster STRATEGI. Selain itu, elemen ini juga dihubungkan secara *feedback* (timbal balik) ke cluster masalah dan aspek sebagaimana tergambar pada gambar 3.17 dibawah ini:



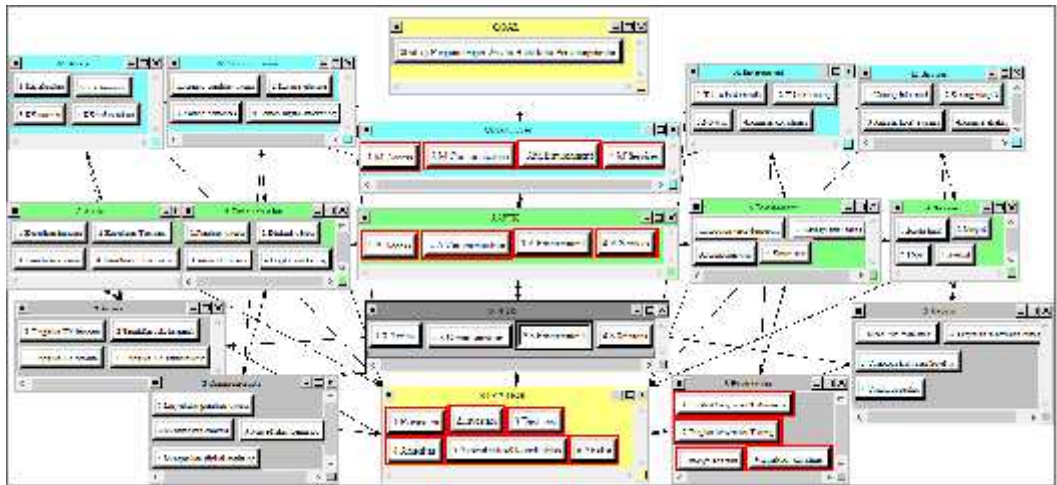
Gambar 3. 17 : Hubungan elemen "Solusi akses" dengan cluster "Solusi akses", cluster "Masalah", "Aspek", dan "Strategi"

Sebelas, elemen solusi komunikasi dalam cluster SOLUSI dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster SOLUSI KOMUNIKASI dan cluster STRATEGI. Selain itu, elemen ini juga dihubungkan secara *feedback* (timbal balik) ke cluster masalah dan aspek sebagaimana tergambar pada gambar 3.18 dibawah ini:



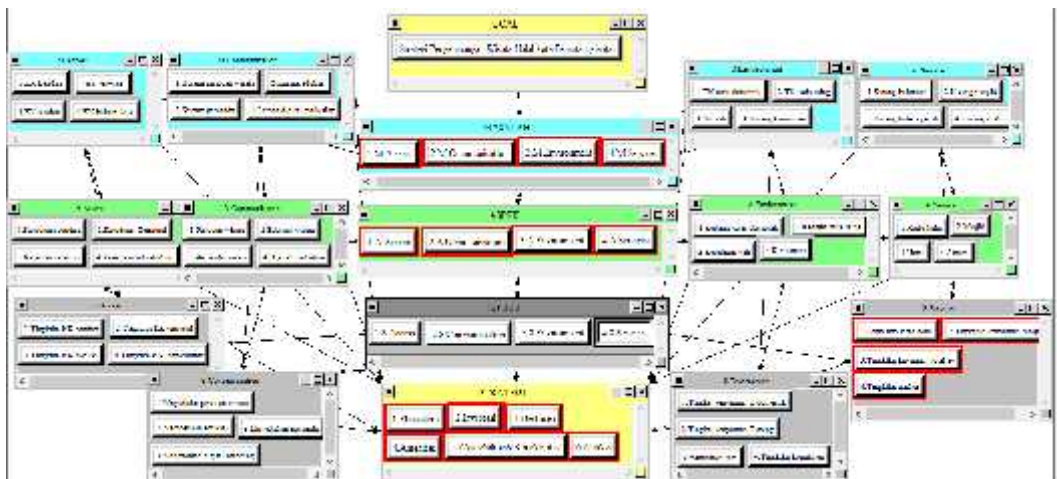
Gambar 3. 18 : Hubungan elemen "Solusi komunikasi" dengan cluster "Solusi komunikasi", cluster "Masalah". "aspek" dan "strategi"

Dua belas, elemen solusi lingkungan dalam cluster SOLUSI dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster SOLUSI LINGKUNGAN dan cluster STRATEGI. Selain itu, elemen ini juga dihubungkan secara *feedback* (timbal balik) ke cluster masalah dan aspek sebagaimana tergambar pada gambar 3.19 dibawah ini:



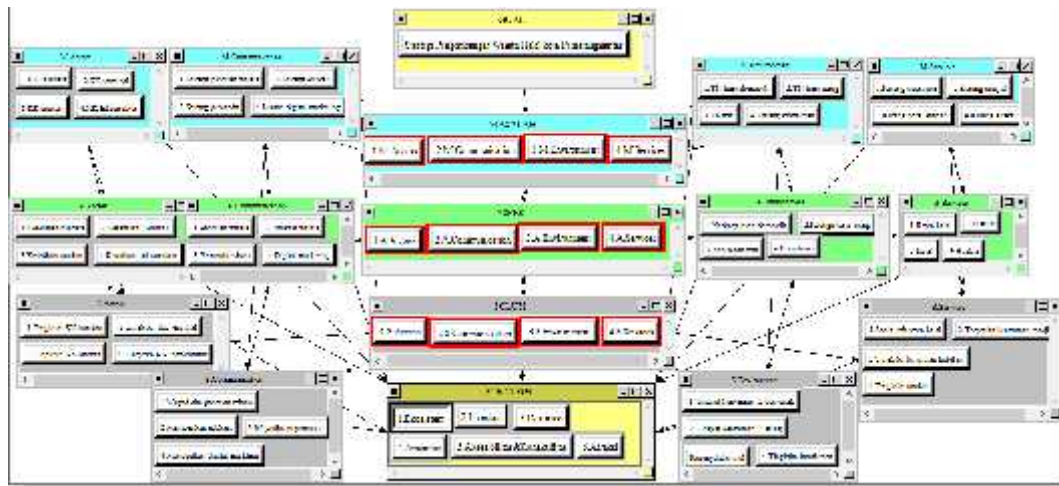
Gambar 3. 19 : Hubungan elemen "Solusi lingkungan" dengan cluster "Solusi lingkungan", cluster "Masalah", "Aspek", dan "strategi"

Tiga belas, elemen solusi pelayanan dalam cluster SOLUSI dihubungkan dengan semua elemen (empat) pada cluster SOLUSI PELAYANAN dan cluster STRATEGI. Selain itu, elemen ini juga dihubungkan secara *feedback* (timbal balik) ke cluster masalah dan aspek sebagaimana tergambar pada gambar 3.20 dibawah ini:



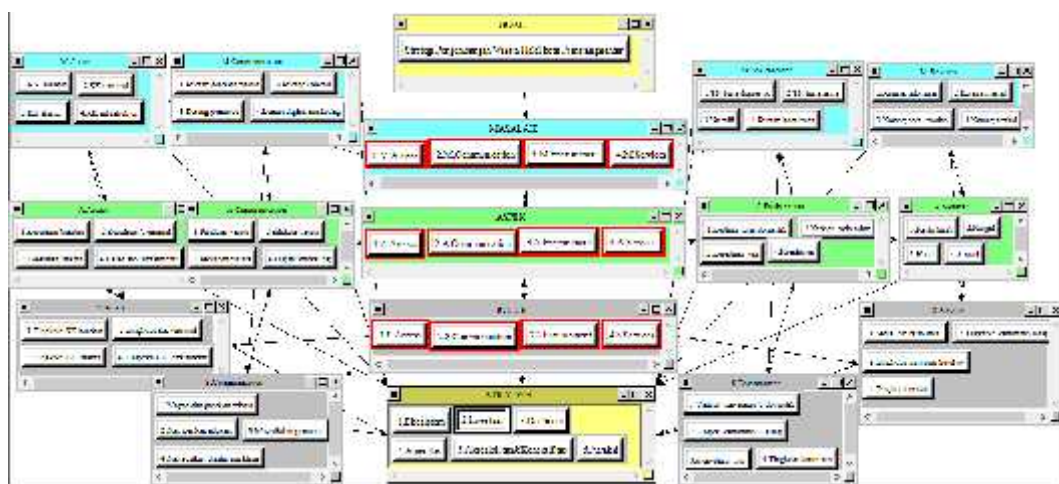
Gambar 3. 20 : Hubungan elemen "Solusi pelayanan" dengan cluster "Solusi pelayanan", cluster "Masalah", "Aspek", dan "Strategi"

Empat belas, elemen ekosistem dalam cluster STRATEGI dihubungkan secara *feedback* (timbang balik) ke cluster masalah, aspek dan solusi sebagaimana tergambar pada gambar 3.21 dibawah ini:



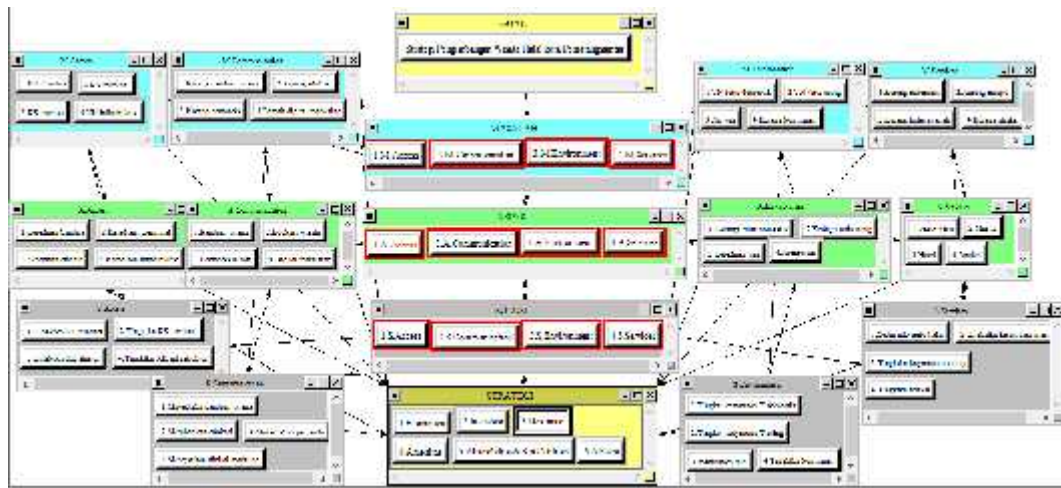
Gambar 3. 21 : Hubungan elemen "ekosistem" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi"

Lima belas, elemen investasi dalam cluster STRATEGI dihubungkan secara *feedback* (timbang balik) ke cluster masalah, aspek dan solusi sebagaimana tergambar pada gambar 3.22 dibawah ini:



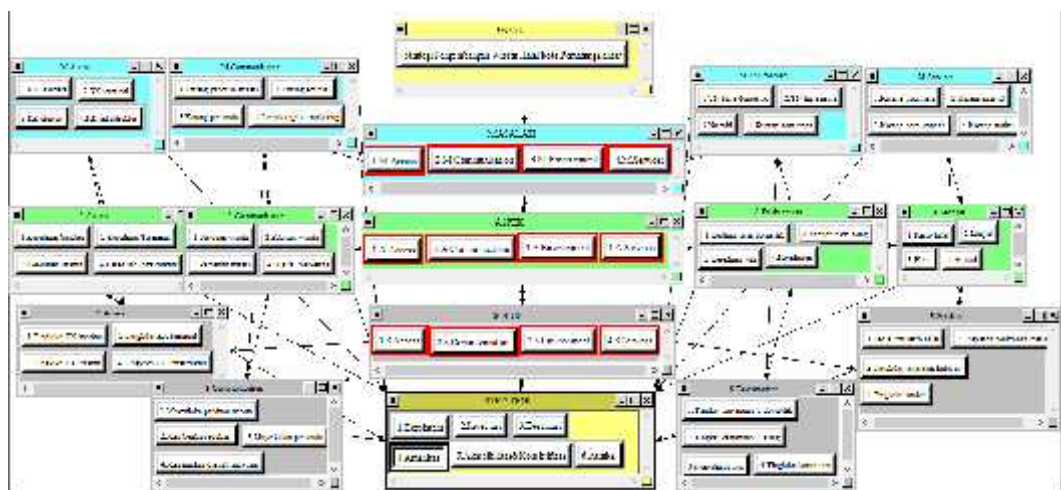
Gambar 3. 22 : Hubungan elemen "Investasi" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi"

Enam belas, elemen destinasi dalam cluster STRATEGI dihubungkan secara *feedback* (timbang balik) ke cluster masalah, aspek dan solusi sebagaimana tergambar pada gambar 3.23 dibawah ini:



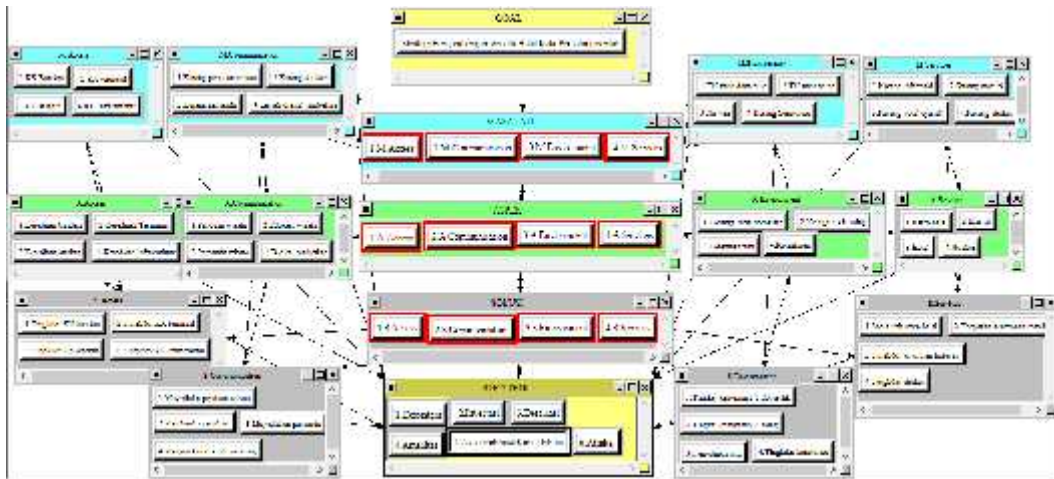
Gambar 3. 23 : Hubungan elemen "Destinasi" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi".

Tujuh belas, elemen amenitas dalam cluster STRATEGI dihubungkan secara *feedback* (timbang balik) ke cluster masalah, aspek dan solusi sebagaimana tergambar pada gambar 3.24 dibawah ini:



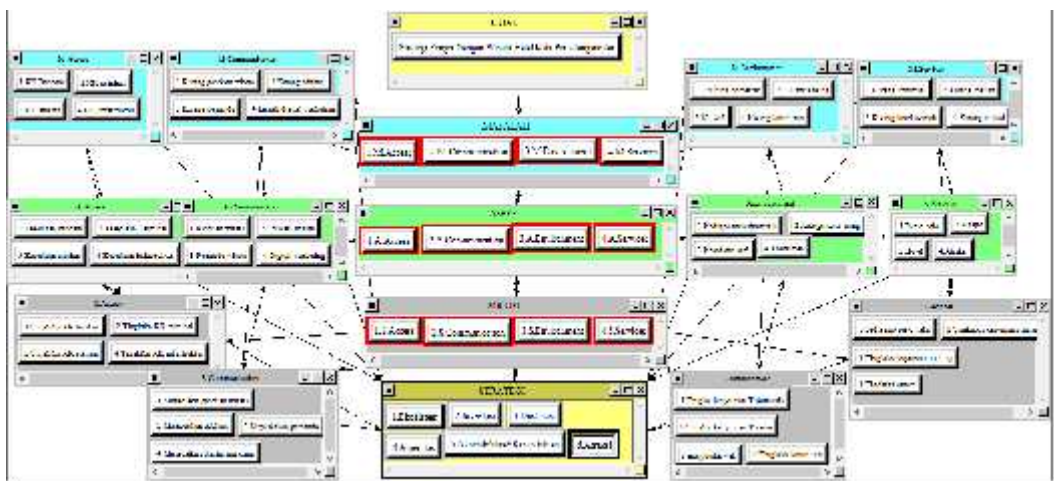
Gambar 3. 24 : Hubungan elemen "Amenitas" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi".

Delapan belas, elemen aksesibilitas dan konektifitas dalam cluster STRATEGI dihubungkan secara *feedback* (timbal balik) ke cluster masalah, aspek dan solusi sebagaimana tergambar pada gambar 3.25 dibawah ini:



Gambar 3. 25 : Hubungan elemen "Aksesibilitas dan konektifitas" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi".

Terakhir, elemen atraksi dalam cluster STRATEGI dihubungkan secara *feedback* (timbal balik) ke cluster masalah, aspek dan solusi sebagaimana tergambar pada gambar 3.26 dibawah ini:



Gambar 3. 26 : Hubungan elemen "Atraksi" dengan cluster "Masalah", "Aspek" dan "Solusi".

Setelah dilakukan penghubungan jaringan pada antar elemen dalam cluster, langkah berikutnya adalah merancang kuesioner perbandingan pasangan (*Pairwise Comparison*) yang sudah merupakan tahapan pada fase kedua ANP (kuantifikasi model). Untuk melakukan kuantifikasi model, maka perlu dirancang terlebih dahulu kuesioner yang berupa kuantitatif. Kuesioner perbandingan pasangan merupakan hasil dari jaringan ANP yang telah dibangun dan secara otomatis akan tersaji di software superdecision. Berikut adalah contoh kuesioner perbandingan pasangan untuk hubungan antara elemen tujuan “Strategi Pengembangan Wisata Halal Kota Pematangsiantar” dengan elemen-elemen pada cluster masalah.

Comparison	1	2	3	4	5	6	7	8	9	No comp.	Comparison
1. 1.M.Access	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	<=0.5	2.M.Communication
2. 1.M.Access	>=0.5	9	8	7	6	5	4	3	2	<=0.5	3.M.Environment
3. 1.M.Access	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	<=0.5	4.M.Services
4. 2.M.Communication	>=0.5	9	8	7	6	5	4	3	2	<=0.5	3.M.Environment
5. 2.M.Communication	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	<=0.5	4.M.Services
6. 3.M.Environment	>=0.5	9	8	7	6	5	4	3	2	<=0.5	4.M.Services

Gambar 3. 27 : Kuesioner perbandingan pasangan standar untuk hubungan elemen "Strategi pengembangan wisata Halal kota Pematangsiantar" dengan cluster "Masalah"

Pada kuesioner perbandingan pasangan diatas, dari empat (4) elemen yang ada pada cluster masalah, terdapat 6 (enam) pertanyaan dimana responden nantinya akan diminta untuk memberikan skala penilaian dari 1-9 (lihat tabel 3.2 tentang perbandingan skala verbal dan skala numerik). Enam perbandingan pasangan diperoleh dengan hasil perhitungan $(n-1)$, yaitu dimana jika terdapat empat elemen yang akan dibandingkan, maka $4-1 = 3$, lalu dijumlahkan $3+2+1 = 6$. Perhitungan yang sama berlaku untuk kuesioner pada hubungan antara elemen dengan cluster lainnya.

[illegible]

Skala Penilaian Seberapa Penting

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Tidak Penting/ Relevan/ Berpengaruh		Kurang Penting/Relevan/ Berpengaruh		Penting/Relevan/ Berpengaruh		Sangat Penting/Relevan/ Berpengaruh		Amat Sangat Penting/ Relevan/ Berpengaruh

Dengan disederhanakan, maka jumlah pertanyaan yang tadinya 6 (enam) pasangan, maka telah disederhanakan menjadi 4 (empat) item saja. Meskipun terjadi penyederhanaan seperti ini, pada hakikatnya responden tetap menjawab untuk 6 (enam) pasangan, dan peneliti pun akan melakukan perhitungan untuk 6 (enam) pasangan juga. Dengan digunakannya kuesioner berbentuk tabel sebagai bentuk penyederhanaan kuesioner, maka dapat menghilangkan kemungkinan inkonsistensi jawaban responden. Kuesioner penyederhanaan lengkap dapat dilihat pada lampiran 1 penelitian ini.

Setelah disiapkan kuesioner secara lengkap, maka kuesioner ANP disebar keseluruh responden. Hasil kuesioner berikutnya akan dilakukan penginputan pada software super decision, dan dilakukan analisis data. Analisis data selengkapnya diurai pada bab 4 penelitian ini.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kota Pematang Siantar

1. Sejarah kota Pematang Siantar

Sebelum Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, Pematangsiantar merupakan daerah kerajaan. Pematangsiantar yang berkedudukan di Pulau Holing dan raja terakhir dari dinasti ini adalah keturunan marga Damanik yaitu Tuan Sang Nawaluh Damanik yang memegang kekuasaan sebagai raja pada tahun 1906. Di sekitar Pulau Holing kemudian berkembang menjadi perkampungan tempat tinggal penduduk, di antaranya Kampung Suhi Haluan, Siantar Bayu, Suhi Kahean, Pantoan, Suhi Bah Bosar, dan Tomuan. Daerah-daerah tersebut kemudian menjadi daerah hukum Kota Pematangsiantar yaitu:

Pulau Holing menjadi Kampung Pematang, Siantar Bayu menjadi Kampung Pusat Kota, Suhi Kahean menjadi Kampung Sipinggol-pinggol, Kampung Melayu, Martoba, Sukadame, dan Bane, Suhi Bah Bosar menjadi Kampung Kristen, Karo, Tomuan, Pantoan, Toba dan Martimbang.

Setelah Belanda memasuki daerah Sumatera Utara, Simalungun menjadi Daerah kekuasaan Belanda sehingga pada tahun 1907 berakhir lah kekuasaan raja raja. Controleur Belanda yang semula berkedudukan di perdagangan pada tahun 1907 dipindahkan ke Pematangsiantar. Sejak itu Kota Pematang Siantar berkembang menjadi daerah yang banyak dikunjungi pendatang baru, Bangsa Cina mendiami Kawasan Timbang Galung dan Kampung Melayu.

Pada tahun 1910 didirikan Badan Persiapan Kota Pematang Siantar. Kemudian Pada tanggal 1 Juli 1917 berdasarkan Stad Blad No.285 Pematang Siantar berubah menjadi Geemente yang mempunyai otonomi sendiri. Sejak Januari 1939 berdasarkan Stad Blad No.717 berubah menjadi Geemente yang mempunyai Dewan.

Pada jaman Jepang berubah menjadi Siantar Estate dan Dewan dihapus. Setelah Proklamasi Kemerdekaan Kota Pematang Siantar kembali menjadi daerah

Otonomi. Berdasarkan UU No.22/1948 status gemeente menjadi kota kabupaten Simalungun dan wali kota dirangkap oleh Bupati Simalungun sampai 1957.

Berdasarkan UU No. 1/1957 berubah menjadi Kota Praja penuh dan dengan keluarnya UU No.18/1965 berubah menjadi Kotamadya, dan dengan keluarnya UU No.5/1974 Tentang pokok-pokok pemerintah di daerah berubah menjadi daerah tingkat II Pematang Siantar sampai sekarang²⁶⁵.

Pematang Siantar pada tahun 1957 masih berstatus sebagai Kota Praja meskipun sudah memiliki kepala pemerintahan sendiri dan sudah terpisah dari Kabupaten Simalungun. Pada awalnya Kota Pematang memiliki luas 1248 Ha, namun setelah terjadi perluasan wilayah maka Kota Pematang Siantar memiliki luas wilayah seluas 7997,06 Ha, dan di bagi menjadi 10 kampung yaitu : Kampung Aek Nauli, Kampung Kristen Timur, Kampung Kristen Barat, Kampung Timbanggalung Baru, Kampung Timbanggalung Lama, Kampung Melayu, Kampung Kota, Kampung Tomuan, dan Kampung Suka Damai Untuk pelaksanaan administrasi pemerintahan dalam daerah hukum kota praja, pada tahun 1959 Pemerintah Daerah membagi daerah kota praja ini dalam dua kecamatan yaitu :

- a). Daerah Kecamatan Siantar Timur, dengan resort : - Kampung Kota - Kampung Kristen Timur - Kampung Kristen Barat - Kampung Tomuan - Kampung Suka Damai.
- b).Daerah Kecamatan Siantar Barat - Kampung Melayu - Kampung Timbanggalung Lama - Kampung Timbanggalung Baru - Kampung Bantan - Kampung Aek Nauli Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.35 Tahun 1981, Kota Madya Pematang Siantar menjadi empat wilayah kecamatan yang peresmianya dilaksanakan oleh Gubernur Sumatera Utara pada tanggal 17 Maret 1982 ²⁶⁶.

2. Kondisi Demografi Kota Pematang Siantar

Pada tahun 2015 penduduk Kota Pematangsiantar mencapai 247.411 jiwa dengan kepadatan penduduk 3.093,86 jiwa per km². Penduduk perempuan di Kota

²⁶⁵ Pemerintah Kota Pematang Siantar <http://pematangsiantarkota.go.id/statis-124/sejarah-kota-pematangsiantar.html> di akses 18 nop 2019

²⁶⁶ Pemerintah Kota Madya Pematang Siantar Dalam Angka Tahun 1990. Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Madya Pematang Siantar, hal 9

Pematangsiantar lebih banyak dari penduduk laki-laki. Pada tahun 2015 penduduk Kota Pematangsiantar yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 120.597 jiwa dan penduduk perempuan 126.814 jiwa. Dengan demikian *sex ratio* penduduk Kota Pematangsiantar sebesar 95,10²⁶⁷.

Tabel 4. 1 : Demografi kota Pematangsiantar

No.	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah penduduk	Kepadatan penduduk (per km ²)
1	Siantar Barat	18.214	18.911	35.467	11.583,46
2	Siantar Marihat	9.372	9.724	19.096	2.440,38
3	Siantar Marimbun	7.585	8.022	15.607	866,77
4	Siantar Martoba	20.261	20.205	40.466	2.245,37
5	Siantar Selatan	8.456	9.403	17.859	8.841,09
6	Siantar Sitalasari	14.080	14.437	28.517	1.254,98
7	Siantar Timur	19.162	21.040	40.202	8.894,25
8	Siantar Utara	23.467	25.072	48.539	13.298,36

²⁶⁷ Wikipedia, Kota Pematangsiantar: https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Pematangsiantar di akses Nop 2019

No.	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah penduduk	Kepadatan penduduk (per km ²)
JUMLAH		120.597	126.814	247.411	3.093,86

3. Kondisi Topografi Kota Pematang Siantar

Kota Pematang Siantar adalah salah satu kota di Provinsi Sumatera Utara, dan kota terbesar kedua di provinsi tersebut setelah Medan. Karena letak Pematang Siantar yang strategis, ia dilintasi oleh Jalan Raya Lintas Sumatera. Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara tahun 2000 dapat diketahui bahwa kota Pematang Siantar memiliki luas wilayah 79,971 Km² dan berpenduduk sebanyak 240.787 jiwa. Kota Pematang Siantar secara geografis berada di bagian tengah Sumatera Utara, terletak pada garis 2° 53' 20" Lintang Utara (LU) dan 99° 1' 00" - 99° 6' 35" Bujur Timur (BT) pada peta bumi. Kondisi topografi dan morfologi (kelerengan) yang ada di Kota Pematangsiantar hanya terdiri dari 2 morfologi yaitu datar dan landai sehingga dapat dikatakan relatif datar secara keseluruhan. Curah hujan rata-rata Kota Pematangsiantar pada tahun 2010 sebesar 269,08 mm/tahun dengan jumlah hari hujan rata-rata 173 hari per tahun.

Secara Administratif, Kota Pematang Siantar terletak di bagian tengah Propinsi Sumatera Utara dan dikelilingi Wilayah Kabupaten Simalungun.

Kota Pematang Siantar terbagi atas 8 kecamatan dan 53 kelurahan dimana pusat pemerintahan terletak di Kecamatan Proklamasi. Luas wilayah administrasi Kota Pematang Siantar adalah 79,971 km², yang terdiri dari 344 RW dan 1.033 RT. Kecamatan Sitalasari merupakan kecamatan terluas dengan luas sekitar 22,723 km² atau sekitar 28,41 % luas Kota Pematangsiantar. Kota Pematang Siantar yang berjarak sekitar 128 Km dari Medan dan kurang lebih berjarak 52 Km dari lokasi tujuan wisata Parapat sering menjadi kota perlintasan bagi wisatawan yang hendak ke Danau Toba.

4. Objek wisata Kota Pematangsiantar

Kota Pematangsiantar terletak pada wilayah geografis yang strategis menghubungkan kawasan pantai timur dan pantai barat (dataran tinggi) wilayah Sumatera Utara dan sebagai pintu gerbang menuju kawasan wisata Danau Toba. Dari medan sebagai Ibu kota Provinsi Sumatera Utara Kota Pematang Siantar berjarak 128 km. Sedangkan dari destinasi Danau Toba (Parapat) hanya berjarak 46 km.

Disamping letak geografis kota, Pematangsiantar juga merupakan pusat koleksi dan distribusi kawasan *hinterlandnya* terutama komoditas hasil pertanian, perikanan, peternakan dan sebagainya. Kota Pematangsiantar juga memiliki sektor industri baik skala kecil, menengah bahkan besar dan pusat-pusat perdagangan baik pasar tradisional dan pasar modern. Kondisi tersebut didukung oleh kedudukan Kota Pematangsiantar sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Sumatera Utara.

Sebagai kota penyangga wisata Danau Toba, kota Pematangsiantar memiliki ciri khas berupa sepeda motor model lama, yang disebut dengan BSA, sepeda motor BSA model lama dipergunakan sebagai becak bermesin yang menimbulkan bunyi yang keras dan hingga saat ini sepeda motor BSA ini dianggap sebagai icon kota Pematang Siantar karena banyaknya jumlah sepeda motor BSA dan masih dipergunakan hingga saat ini.

Sedangkan objek wisata yang ada di Kota Pematang Siantar juga dapat di jadikan destinasi berwisata terdiri dari :

a. Patung Dwi Kwan In

Patung ini merupakan patung raksasa yang memiliki ketinggian 22,8 meter dan masih menjadi patung tertinggi di asia tenggara. Lokasi berdirinya berada di Vihara Avalokitesvara, sehari harinya tempat ini merupakan tempat beribadah masyarakat Tionghoa baik masyarakat kota Pematangsiantar maupun yang datang dari luar kota Pematangsiantar.

b. Taman Hewan Pematang Siantar.

Taman Hewan Pematang Siantar merupakan Taman Hewan yang Memiliki koleksi hewan terlengkap yang ada di Propinsi Sumatera Utara. Taman

hewan ini sudah ada sejak jaman Belanda, yaitu sejak tahun 1936. Terletak di jalan Simanuk Manuk No. 2 Siantar Barat. Dengan luas 4,5 Hektar.

c. Meseum Zoologi

Walaupun meseum ini berada di kawasan Taman Hewan Pematangsiantar namun, tiket masuk ke Museum ini berbeda dengan tiket masuk ke Taman Hewan Pematang Siantar.

d. Museum Simalungun

Terletak di jalan Sudirman No. 20 Pematangsiantar, didirikan pada tahun 1939 museum ini banyak menyimpan peninggalan sejarah yang berhubungan dengan kebudayaan Simalungun.berbagai macam koleksi entografi dan arkeologi yang mayoritasnya berasal dari kerajaan Simalungun.

e. Martoba Water Park

Wahana permainan keluarga ini berada di jalan. Wismar saragih, Tanjung Pinggir, kota Pematangsiantar.

f. Tugu Becak Pematang Siantar.

Tugu ini berada di jalan Merdeka Pematangsiantar di resmikan pada akhir tahun 2016, dan saat ini menjadi salah satu ikon Kota Pematangsiantar.

Disamping hal tersebut, potensi unggulan Kota Pematangsiantar lainnya adalah disektor Pendidikan dan Kesehatan. Berdasarkan data Angka Partisipasi Kasar (APK) Kota Pematangsiantar selalu berada diatas angka 100 % baik sekolah dasar, pertama dan menengah, hal ini menunjukkan bahwa siswa yang bersekolah di Kota Pematangsiantar juga berasal dari kawasan di luar wilayah administratif Kota Pematangsiantar. Sektor Kesehatan dimana Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Dr. Djasamen Saragih milik Pemerintah Kota Pematangsiantar merupakan rumah sakit rujukan bagi rumah sakit-rumah sakit kawasan sekitarnya dan keberadaan rumah sakit swasta di Kota Pematangsiantar yang memiliki *Bed Occupancy Ratio* (BOR) yang sangat tinggi dengan pasien yang banyak berasal dari wilayah Kabupaten sekitarnya

Adapun hal lainnya yang dapat menjadi arakteristik dan pencapaian Kota Pematang Siantar dalam mengembangkan wilayahnya mencakup, seperti Wakil Presiden Republik Indonesia yang ke-3 Adam Malik, lahir di kota ini pada 22 Juli

1917. Kota ini pernah menerima Piala Adipura pada tahun 1993 atas kebersihan dan kelestarian lingkungan kotanya. Sementara itu, karena ketertiban pengaturan lalu lintasnya, kota ini pun meraih penghargaan Piala Wahana Tata Nugraha pada tahun 1996. Sektor industri yang menjadi tulang punggung perekonomian kota yang terletak di tengah-tengah Kabupaten Simalungun ini adalah industri besar dan sedang.

5. Objek Wisata Daerah Pinggiran Danau Toba.

Danau Toba adalah danau kaldera terbesar di dunia yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, berjarak 176 km ke arah Barat Kota Medan sebagai ibu kota provinsi. Danau Toba (2,88o N – 98,5o E dan 2,35o N – 99,1o E) adalah danau terluas di Indonesia (90 x 30 km²) dan juga merupakan sebuah kaldera volkano-tektunik (kawah gunungapi raksasa) Kuarter terbesar di dunia. Sebagai danau volcano tektunik terbesar di dunia, Danau Toba mempunyai ukuran panjang 87 km berarah Baratlaut-Tenggara dengan lebar 27 km dengan ketinggian 904 meter dpl dan kedalaman danau yang terdalam 505 meter. Kawasan Danau toba mencakup bagian dari wilayah administrasi dari 8 (delapan) kabupaten yaitu Kabupaten Samosir, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Dairi, Kabupaten Karo, Kabupaten Humbang Hansudutan, Kabupaten Tapanuli Utara dan Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Pak Pak Barat. Secara fisik, Kawasan Danau Toba merupakan kawasan yang berada di sekitar Danau Toba dengan deliniasi batas kawasan didasarkan atas deliniasi Daerah Tangkapan Air (Catchment Area) dan CAT²⁶⁸.

Diantar 8 kabupaten yang berada di pinggiran Danau toba, ada 5 Kabupaten diantaranya yaitu : Kabupaten Samosir, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Humbang Hansudutan, Kabupaten Tapanuli Utara dan Kabupaten Simalungun yang akses transportasi daratnya terbaik dan tercepat adalah melalui jalur lintas dari kota Pematangsiantar. Dimana 5 kabupaten yang memiliki

²⁶⁸.Pemprowsu: *Dokumen Profil Pengembangan Kawasan Strategis - Resume Kawasan Danau Toba*
file:///C:/Users/PC/Downloads/Dokumen%20Profil%20Pengembangan%20Kawasan%20Strategis%20-%20Resume%20Kawasan%20Danau%20Toba.pdf. Di akses Nop 2019.

wilayah di pinggiran danau toba masing masing memiliki pesona wisata yang indah dan sudah di kenal oleh para wisatawan.

a. Objek wisata di Kabupaten Samosir

- 1). Kawasan Tuktuk Siadong
- 2). Tomok
- 3). Gua Lotung
- 4). Pasir putih Nainggolan

b. Objek wisata di Kabupaten Toba Samosir

- 1). Pantai Si Bul bul
- 2). Air terjun Simanimbo
- 3). Bukit Tarabunga

c. Objek wisata di Kabupaten Humbang Hasundutan

- 1). Bakara
- 2). Geosite Sipinsur

d. Objek wisata di Kabupaten Tapanuli Utara

- 1). Kawah Sipaholon
- 2). Pemandian Air Soda
- 3). Air terjun Sampuran

e. Objek wisata di Kabupaten Simalungun

- 1). Parapat
- 2). Bukit Indah Simarjarunjung
- 3). Perkebunan Teh Bah Butong
- 4). Kawah Putih Tinggi Raja

Dari objek wisata yang berada di 5 Kabupaten tersebut jalur lintasnya dari Kota Pematangsiantar, Apabila masing-masing pemerintah daerah dan seluruh stakeholder mau bekerjasama dalam mengembangkan potensi pariwisata dengan membangun akses dan perbaikan fasilitas dan pelayanan pariwisata di daerah ini, hal ini akan menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) pemerintah daerah Kabupaten dan kota dengan memperbaiki dan meningkatkan antara lain:

a. Perbaikan Infrastruktur

- b. Pembangunan dan perbaikan fasilitas umum (Musholla, air bersih, teman bermain anak-anak, lokasi parkir, tempat duduk yang layak, tempat berjualan, toilet umum, akses jalan menuju lokasi wisata.
- c. Budaya ramah dan santun masyarakat daerah objek wisata
- d. Budaya bersih dan sehat dari masyarakat di daerah objek wisata
- e. Ketersedian rumah makan dan minuman yang khas
- f. Ketersedian pengrajin cendramata

Apabila hal ini dapat terwujud maka kawasan jalur lintas dan daerah penyangga destinasi Danau Toba akan ikut berkembang seiring dengan berkembangnya destinasi wisata Danau Toba dan menambah jumlah wisatawan yang berkunjung di jalur lintas dan daerah penyangga di sekitar Danau Toba.

6. Potensi aspek pariwisata halal kota Pematangsiantar

a. Aspek ACCES

Kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba saat ini memiliki berbagai acces pendukung antara lain:

1). Kesiadaan bandar udara dari dan menuju Pematangsiantar

Kota Pematangsiantar berjarak +/- 105 km dengan Bandar Udara Internasional Kuala Namu Deli serdang dengan lama perjalanan 2,5 jam. Penerbangan yang tersedia di bandar udara Kuala Namu Deli Serdang merupakan penerbangan lokal dan internasional. Untuk mencapai kota Pematangsiantar dengan moda pesawat terbang tidak ada pilihan lain hanya bandara kuala namu merupakan acces tercepat menuju kota Pematangsiantar.

2). Kesiadaan terminal bus di Pematangsiantar

Kota Pematangsiantar sebagai daerah penyangga destinasi prioritas Danau Toba memiliki terminal bus yang merupakan terminal laluan menuju Danau Toba yaitu Terminal Bus Tanjung Pinggir yang merupakan terminal bertipe A kelas III. Terminal ini berada di areal seluas 8035.15 m² di kelurahan Tanjung Pinggir kecamatan Siantar Martoba. Dalam sistem jaringan transportasi perkotaan Kota Pematang Siantar berada di kawasan pusat kegiatan sekunder di Kecamatan Martoba, Kelurahan Tanjung Pinggir yang posisinya diantara jalan arteri primer

lintas tengah dan arteri sekunder, yang mana penentuan lokasi tersebut sesuai dengan rencana tata ruang kota yang salah satunya bertujuan untuk mengatasi kepadatan lalu-lintas pada pusat kegiatan primer dan pengembangan pusat kegiatan sekunder.

3). Ketersediaan stasiun Kereta Api di Pematangsiantar

Stasiun kereta api Pematangsiantar merupakan stasiun kereta api kelas II yang terletak di kelurahan Timbang Galung kecamatan Siantar Barat, merupakan stasiun kereta api yang letaknya paling selatan dan pemberhentian terakhir untuk menuju jalur terdekat menuju destinasi wisata Danau Toba. Route kereta api yang tersedia dari Pematangsiantar menuju Tebing Tinggi, Pakam dan Medan demikian pula sebaliknya. Dengan jadwal keberangkatan dan kedatangan sebanyak dua Kereta api dalam sehari. Kereta api Dolok Martimbang (kelas ekonomi) dan Kereta api Siantar Ekspres (kelas bisnis), dan jalur ini pula terkoneksi dengan jalur Medan menuju bandar udara Kuala Namu dan terkoneksi pula dengan jalur kereta api ke kota kota lain di provinsi Sumatera Utara.

4). Kelayakan Infrastruktur dari dan menuju Pematangsiantar

Ketersediaan infrastruktur yang layak, saat ini tetap terus di tingkatkan seperti infrastruktur jalan tol dari tebing tinggi menuju Pematangsiantar yang berjarak 58 kilometer masih dalam proses pengerjaan. Sedangkan jalur jalan tol medan menuju Pematangsiantar saat ini yang tersedia hanya sampai kota Tebingtinggi. Demikian pula jalan menuju destinasi wisata Danau Toba, akses jalan yang di lalui melalui Pematangsiantar sudah layak dan terkoneksi pula dengan kota kota di sekitar Danau Toba. Untuk infrastruktur lain seperti jembatan, sanitasi dan jaringan telephone sudah tersedia dan layak.

b. Aspek Communication

1). Panduan wisata untuk muslim di Pematangsiantar.

Panduan wisata untuk Muslim Masih kurang dan minim di dapat di kota Pematangsiantar, saat ini dengan semakin di gencarnya wisata halal oleh pemerintah daerah maupun pusat maka kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas Danau toba telah mulai turut membangun panduan wisata

muslim baik panduan melalui buklet dan brosur juga melalui internet yang dikelola oleh dinas Pariwisata kota Pematangsiantar.

2). Edukasi wisata Halal untuk stakeholder di Pematangsiantar

Perlunya dilakukan pembinaan kepada para stakeholder, khususnya di bidang restoran, hotel, dan katering, agar mereka dapat terlatih dan mengetahui tentang wisata halal lebih mendalam agar jangan sampai ada salah pengertian dan multi tafsir tentang wisata Halal, membangun kesadaran akan pasar atau market awareness wisata halal dan tentunya akan bersinergi untuk melengkapi diri dengan terlaksananya wisata halal di semua aspek wisata di Pematangsiantar saat ini masih kurang di laksanakan.

3). Pemandu Wisata di Pematangsiantar

Demikian halnya dengan pemandu wisata di kota Pematangsiantar masih sangat kurang. Dalam perjalanan wisata di kota Pematangsiantar wisatawan asing maupun local masih terlihat berjalan dan berpergian tanpa adanya pemandu wisata, maka hal inilah yang berakibat tidak adapat teroptimalkannya potensi wisata Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas Danau Toba.

4). Digitang marketing wisata Halal Pematangsiantar

Masalah aspek komunikasi yang utama di Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas Danau Toba salah satunya adalah masih lemahnya digital marketing, dimana saat ini diseluruh dunia digital marketing merupakan alat promosi yang paling efektif dan mudah di jangkau oleh para wisatawan. Koordinasi dengan para stakeholder mutlak harus dilakukan untuk membangun informasi wisata Halal Pematangsiantar melalui digital marketing.

c. Aspek Environment

1). Kedatangan turis domestic ke Pematangsiantar

Kedatangan turist domestic ke Pematangsiantar tetap mendominasi jumlah kunjungan wisata ke Pematangsiantar. Wisatawan yang berkunjung berasal dari kota kota disekitar Pematangsiantar dan umumnya wisata mereka adalah tergolong wisata alam dan untuk yang melintas dari dan menuju danau Toba, kota Pematangsiantar juga dijadikan sebagai wisata kuliner.

2). Kedatangan turis asing ke Pematangsiantar

Jumlah turis asing yang ke Pematangsiantar masih sangat kecil, walaupun aspek terpenting dari environment dalam pengembangan wisata Halal di Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas danau Toba adalah kedatangan turis asing.

3). Ketersediaan wi-fi di Bandara, stasiun dan terminal dari dan menuju Pematangsiantar.

Untuk Bandar udara internasional kesediaan wifi sudah sangat mutlak dan dapat tersedia namun tidak demikian dengan dengan stasiun kereta api dan terminal bus di kota Pematangsiantar, karena masih minimnya pelayanan wifi ini maka hal ini juga menjadikan aspek environment menjadi aspek yang lemah.

4). Komitmen pariwisata Halal kota Pematangsiantar.

Dalam komitmen Halal, kota Pematangsiantar masih sangat lemah. Dimana masih banyak kendala dan masalah untuk menjadikan kota Pematangsiantar yang berkomitmen halal sebagai penyangga destinasi prioritas danau Toba.

d. Aspek Service

1). Restoran Halal di Pematangsiantar

Ketersediaan restoran halal di kota Pematangsiantar masih banyak dijumpai dan masih mudah untuk di dapatkan, walaupun restoran non Halal juga sangat banyak dan wisatawan harus berhati hati dan harus memiliki informasi yang cukup dalam membedakan bedakannya.

2). Masjid di Pematangsiantar

Pematangsiantar sebagai kota yang terdiri dari multi etnis dan terdiri dari banyak agama, namun persentase pemeluk agama Islam 43,9% . hal ini menunjukkan akan banyaknya jumlah Masjid dan mudahnya di temukan di kota Pematangsiantar, dari dan menuju kota Pematangsiantar juga tidak sulit menemukan Masjid.

3). Hotel di Pematangsiantar

jumlah hotel dan jasa akomodasi di kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas danau Toba terus bertambah seiring dengan terus bertambahnya jumlah wisatawan yang datang ke kota Pematangsiantar dengan

jenis dan tujuan wisata yang berbeda beda. Ada yang berujuan wisata karena alam, religi, shooping, kuliner, edukasi, budaya atau konvensi. Untuk hotel syar'i /Halal masih sulit di dapatkan mengingat potensi wisata Halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas danau Toba masih belum dikembangkan secara optimal.

4). Atraksi wisata di kota Pematangsiantar

Frekwensi atraksi wisata di kota Pematangsiantar masih minim, sehingga kehadiran wisatawan yang ingin menyaksikan atraksi tersebut menjadi kecil. Selain itu minimnya pula acara perayaan yang intinya atraksi yang mendukung pertumbuhan pariwisata di kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi prioritas danau Toba. Sedangkan potensi dalam penyelenggaraan atraksi dan acara yang akan di tampilkan sangat banyak hanya perlu optimalisasi penyelenggara dan momentum pelaksanaannya.

5. Jaringan ANP

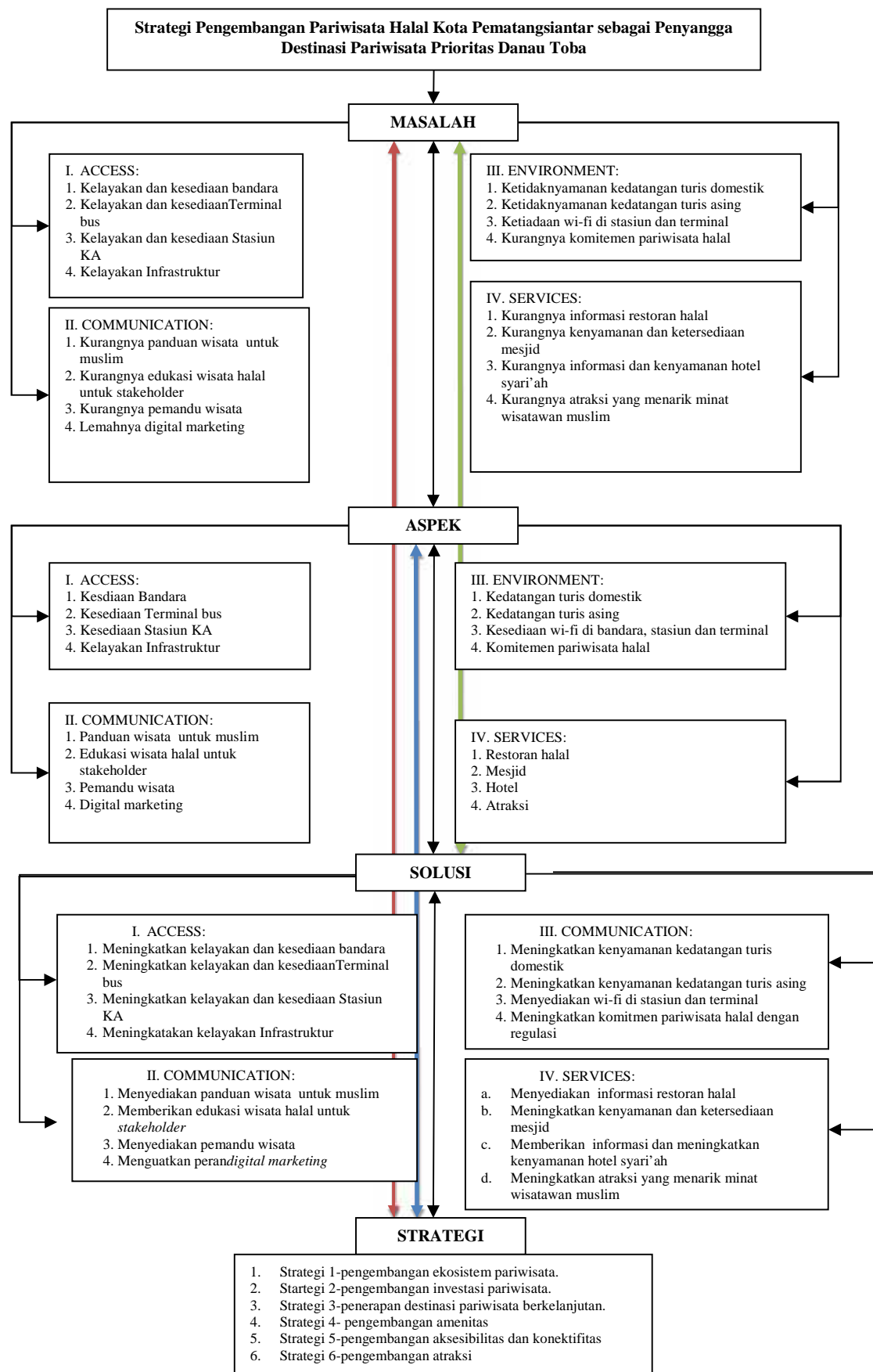
Pada bab keempat ini dibagi menjadi empat (4) bagian yaitu *pertama* akan menjelaskan tentang hasil jaringan ANP, bagian kedua akan menjelaskan hasil prioritas berdasarkan nilai geomean dan masing-masing responden dalam penelitian ini, bagian ketiga akan menjelaskan uji validitas yang meliputi nilai inkonsistensi, dan bagian keempat membahas tentang hasil analisis ANP

Dalam rangka membangun model penelitian (konstruksi model) maka peneliti melakukan *indepth interview* kepada lima (5) orang pakar yang dianggap menguasai masalah ini, dimana tiga (5) orang pakar tersebut diantaranya adalah Haloho Siantar (pengusaha hotel), Kusdianto (Kadis Pariwisata), Zainal Siahaan (MUI), Melda (Pemilik Sapadia Hotel), dan M Fitri Rahmadana (Dosen Ilmu Ekonomi/Ahli Perencanaan Wilayah Unimed).

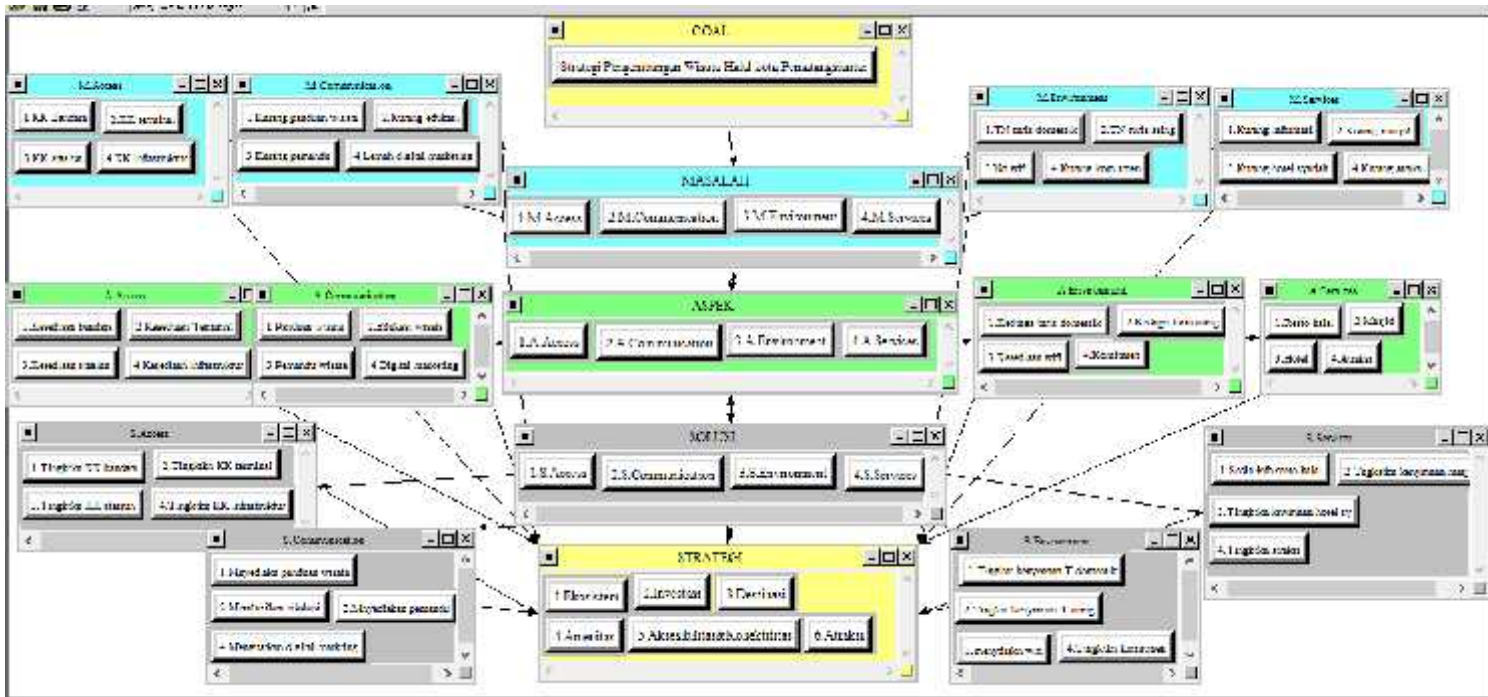
Berdasarkan kajian pustaka dan wawancara mendalam dengan lima orang pakar serta mengawali dengan *literature review* dari beragam sumber bacaan (jurnal baik nasional maupun internasional) sebagaimana telah dijelaskan, maka terbentuk lah sebuah model penelitian. Secara garis besar, model yang terbentuk digambarkan pada gambar 4.1 secara manual, serta 4.2 model yang dibangun

dengan menggunakan software ANP. Model dibentuk menggunakan *software Super Decission*. Software ini telah cukup populer digunakan dalam penelitian ANP (*Analytic Network Process*).

Model 4.1 adalah model ANP, karena model tersebut bersifat *feedback*, yakni setiap anak panah selalu mengarah ke atas dan ke bawah (bolak-balik). Jaringan *feedback* tersebut dapat bergantung pada kriteria tetapi dapat juga bergantung pada sesama alternatif. Bahkan, kriteria-kriteria tersebut dapat bergantung pada alternatif dan pada sesama kriteria. Sementara itu *feedback* meningkatkan prioritas yang diturunkan dari *judgements* dan membuat prediksi menjadi lebih akurat. Oleh karena itu, hasil ANP diperkirakan akan lebih stabil.



Gambar 4. 1 : Model penelitian detail yang terbentuk setelah dilakukan fase kontruksi model.



Gambar 4. 2 : Model penelitian yang di bentuk dengan menggunakan software superdecision

Model yang digambarkan dalam gambar di atas menjelaskan bahwa tujuan dari pembangunan model tersebut adalah untuk mengetahui dan mencari strategi terbaik dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Terdapat 4 (empat) level utama dalam model penelitian ini yaitu level masalah, level aspek, level solusi dan level strategi. Masing-masing level memiliki sub kriteria yang sama, yaitu level masalah memiliki empat sub kriteria yaitu masalah akses, masalah komunikasi, masalah lingkungan dan masalah pelayanan. Demikian halnya dengan level aspek juga memiliki empat sub kriteria, yaitu aspek akses, aspek komunikasi, aspek lingkungan dan aspek pelayanan. Sub kriteria pada level solusi juga memiliki empat sub kriteria, yaitu solusi akses, solusi komunikasi, solusi lingkungan dan solusi pelayanan.

Masing-masing sub kriteria memiliki jumlah elemen yang sama yaitu (4) empat elemen untuk masing-masing sub kriteria, kecuali elemen pada cluster strategi. Masalah access memiliki empat elemen yaitu kelayakan dan kesediaan bandara, kelayakan dan kesediaan terminal bus, kelayakan dan kesediaan stasiun kereta api, dan kelayakan infrastruktur. Masalah komunikasi memiliki empat elemen yaitu kurangnya panduan wisata untuk muslim, kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder, kurangnya pemandu wisata, dan lemahnya digital marketing. Masalah lingkungan memiliki empat elemen yaitu ketidaknyamanan kedatangan turis domestic, ketidaknyamanan kedatangan turis asing, ketiadaan wi-fi di stasiun dan terminal, serta kurangnya komitmen pariwisata halal. Masalah pelayanan memiliki empat elemen yaitu kurangnya informasi restoran halal, kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid, kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah, dan kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

Aspek access memiliki empat elemen yaitu kelayakan dan kesediaan bandara, kelayakan dan kesediaan terminal bus, kelayakan dan kesediaan stasiun kereta api, dan kelayakan infrastruktur. Aspek komunikasi memiliki empat elemen yaitu panduan wisata untuk muslim, edukasi wisata halal untuk stakeholder, pemandu wisata, dan digital marketing. Aspek lingkungan memiliki empat elemen yaitu kedatangan turis domestic, kedatangan turis asing, kesediaan wi-fi di stasiun dan terminal, dan komitmen pariwisata halal. Aspek pelayanan memiliki empat elemen yaitu restoran halal, masjid, hotel syariah, dan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

Solusi access memiliki empat elemen yaitu meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara, meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal bus, meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun kereta api, dan meningkatkan kelayakan infrastruktur. Solusi komunikasi memiliki empat elemen yaitu panduan wisata untuk muslim, menyediakan panduan wisata halal untuk muslim, memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder, menyediakan pemandu wisata, dan menguatkan peran digital marketing. Solusi lingkungan memiliki empat elemen yaitu meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik,

meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing, menyediakan wi-fi di stasiun dan terminal, dan meningkatkan komitmen pariwisata halal. Solusi pelayanan memiliki empat elemen yaitu menyediakan informasi restoran halal, meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan masjid, memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel syariah, dan meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

Terdapat enam (6) elemen pada cluster strategi pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Dana Toba yaitu, pengembangan ekosistem pariwisata, pengembangan investasi pariwisata, penerapan destinasi pariwisata berkelanjutan, pengembangan amenitas, pengembangan aksesibilitas dan konektivitas, serta pengembangan atraksi untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Setiap masing-masing responden tentunya memiliki pendapat yang berbeda-beda, oleh sebab itulah hasil olah ANP dalam software *super decision* menyajikan hasil perolehan konklusi berdasarkan nilai rata-rata (*geometric mean*) untuk menentukan urutan prioritas secara keseluruhan dan hasil sintesis untuk masing-masing responden. Untuk lebih jelasnya, berikut diuraikan bagaimana hasil sintesis dalam proses ANP. Pada tahapan ini akan menunjukkan hasil keseluruhan *geometric mean* untuk mendapatkan jawaban dari keseluruhan responden.

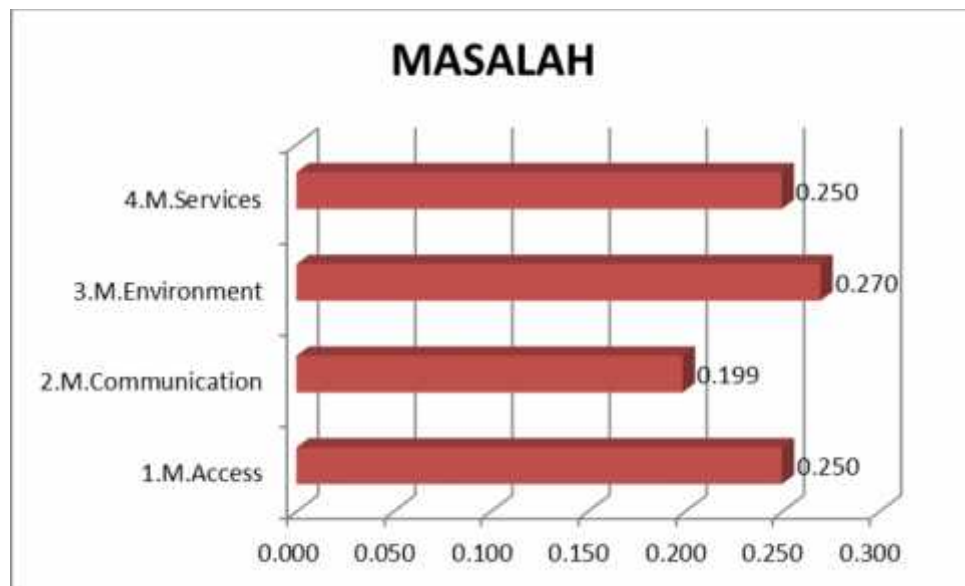
6. Hasil ANP

Pada pembahasan ini akan diurai hasil sintesis pada cluster untuk menentukan strategi pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyokong destinasi pariwisata prioritas Dana Toba. Pembahasan ini akan menyajikan hasil ANP berdasarkan pendapat masing-masing responden disertai dengan hasil perhitungan *geometric mean* untuk mendapatkan nilai sintesis prioritas dari keseluruhan responden.

1. Analisis Hasil Sintesis Cluster Masalah

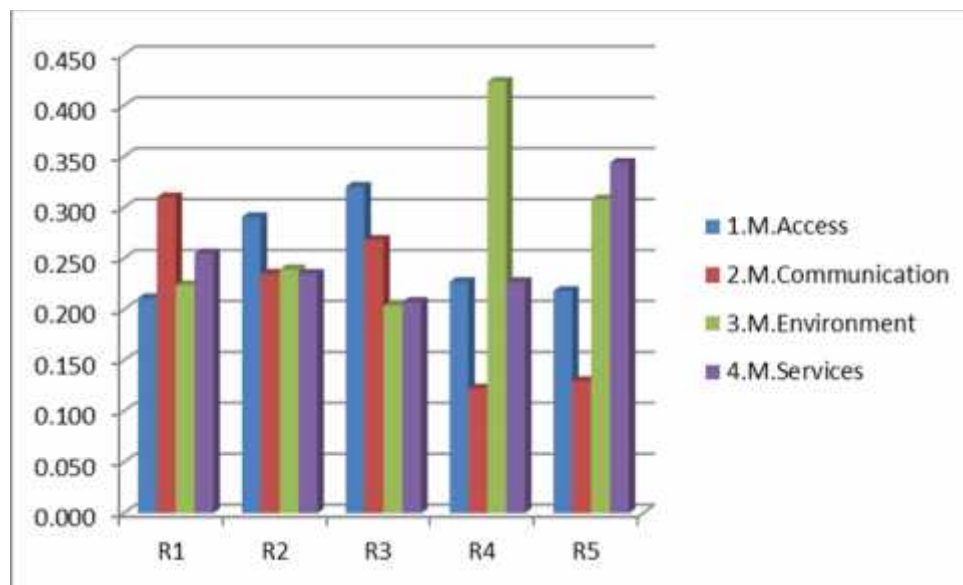
Hasil ANP pertama adalah cluster MASALAH pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas

Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster masalah menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 3 : Hasil sintesis prioritas masalah berdasarkan nilai geometric mean

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 4 : Hasil sintesis prioritas masalah berdasarkan nilai masing masing responden

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa masalah utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) masalah environment (27%); 2) masalah services dan masalah access (25%); 3) masalah communication (19.9%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar 4.4 di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, satu orang responden menjawab masalah environment yang paling prioritas, sedangkan sisanya memiliki jawaban yang beragam.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of*

concordance (W) untuk cluster Masalah. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 2: Nilai prioritas sebelum di transformasi

	R1	R2	R3	R4	R5
1.M.Access	0.211	0.291	0.321	0.227	0.218
2.M.Communication	0.310	0.235	0.268	0.122	0.130
3.M.Environment	0.224	0.239	0.204	0.424	0.308
4.M.Services	0.255	0.235	0.207	0.227	0.344

Tabel 4. 3: Nilai prioritas sesudah di transformasi

MASALAH	1.M.Access	2.M.Communication	3.M.Environment	4.M.Services
R1	0.21104	0.31013	0.22381	0.25503
R2	0.29059	0.23499	0.23943	0.23499
R3	0.32054	0.26838	0.20368	0.2074
R4	0.22704	0.12233	0.42359	0.22704
R5	0.21811	0.1297	0.30814	0.34405

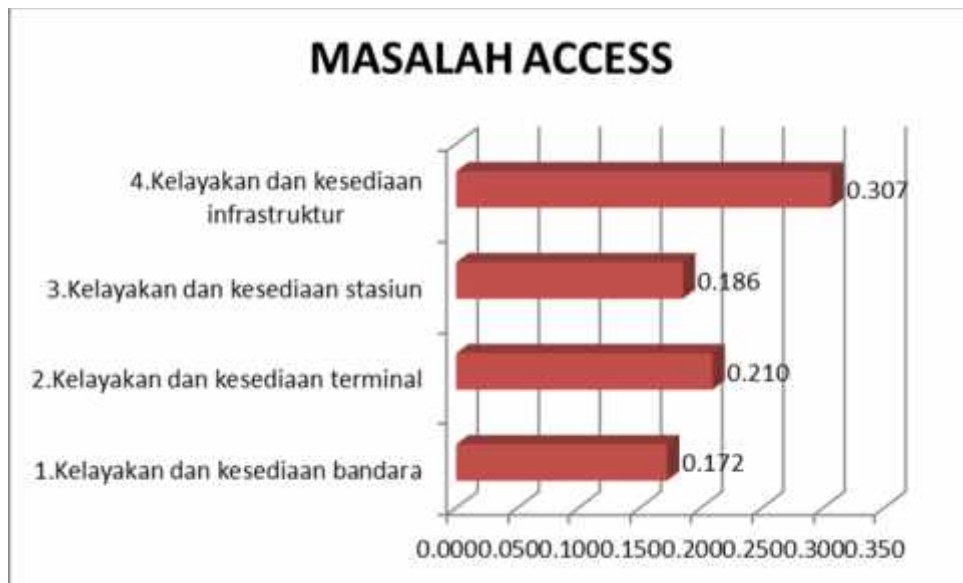
Tabel 4. 4 : Nilai prioritas setelah di ranking

MASALAH	1.M.Access	2.M.Communication	3.M.Environment	4.M.Services
R1	4	1	3	2
R2	1	3.5	2	3.5
R3	1	2	4	3
R4	2.5	4	1	2.5
R5	4	3	2	1
	12.5	13.5	12	12
	U	12.5		
	S	1.5		
	Max S	125.1926		
	W	0.012		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.116. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster Masalah adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 1.2%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritas pada cluster masalah di atas adalah sangat rendah.

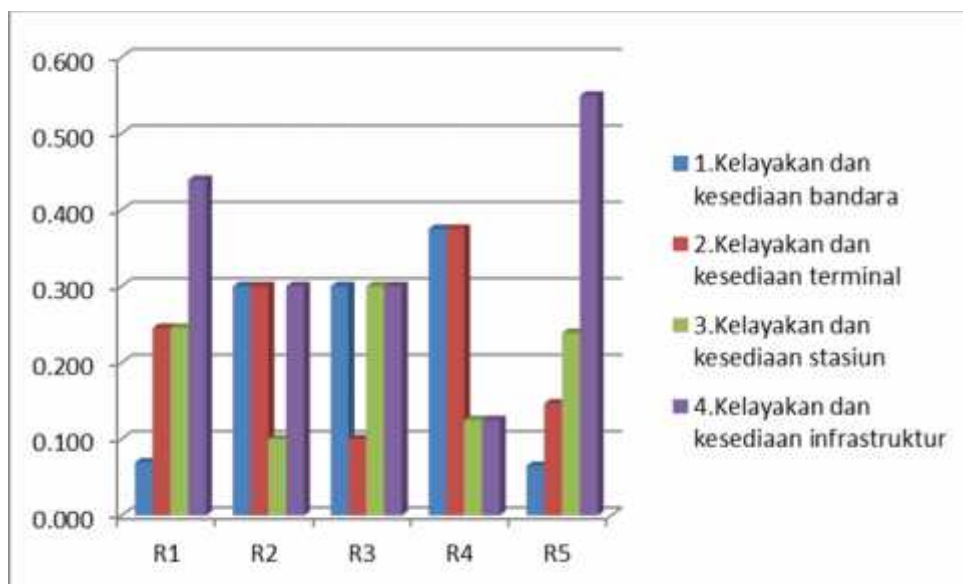
2. Analisis Hasil Sintesis Cluster Masalah Access

Hasil ANP berikutnya adalah cluster MASALAH ACCESS pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster masalah access menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 5 : Hasil sintesis prioritas masalah access berdasarkan nilai Geometric Mean

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 6 : Hasil Sintesis prioritas masalah Access berdasarkan nilai masing masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa masalah access utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) masalah kelayakan dan ketersediaan infrastruktur (30.7%); 2) masalah kelayakan dan ketersediaan terminal (21%); 3) masalah kelayakan dan ketersediaan stasiun kereta api (18.6%) dan 4) masalah kelayakan dan ketersediaan bandara (17.2%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, dua orang responden menjawab masalah access yang paling prioritas adalah masalah kelayakan dan ketersediaan infrastruktur, sedangkan sisanya memiliki jawaban yang beragam. Tiga orang diantaranya menjawab masalah kelayakan dan ketersediaan bandara memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan dua masalah lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster Masalah Access. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 5: Nilai prioritas sebelum di transformasi

MASALAH ACCESS	R1	R2	R3	R4	R5
1.Kelayakan dan kesediaan bandara	0.070	0.300	0.300	0.375	0.065
2.Kelayakan dan kesediaan terminal	0.246	0.300	0.100	0.375	0.147
3.Kelayakan dan kesediaan stasiun	0.246	0.100	0.300	0.125	0.239
4.Kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.439	0.300	0.300	0.125	0.549

Tabel 4. 6: Nilai prioritas sesudah di transformasi

MASALAH ACCESS	1.Kelayakan dan kesediaan bandara	2.Kelayakan dan kesediaan terminal	3.Kelayakan dan kesediaan stasiun	4.Kelayakan dan kesediaan infrastruktur
R1	0.070	0.246	0.246	0.439
R2	0.300	0.300	0.100	0.300
R3	0.300	0.100	0.300	0.300
R4	0.375	0.375	0.125	0.125
R5	0.065	0.147	0.239	0.549

Tabel 4. 7: Nilai prioritas setelah di ranking

MASALAH ACCESS	1.Kelayakan dan kesediaan bandara	2.Kelayakan dan kesediaan terminal	3.Kelayakan dan kesediaan stasiun	4.Kelayakan dan kesediaan infrastruktur
R1	2	3.5	3.5	1
R2	2	2	4	2
R3	2	4	2	2
R4	1.5	1.5	3.5	3.5
R5	4	3	2	1
	11.5	14	15	9.5
	U	12.5		
	S	18.5		
	Max S	125		
	W	0.148		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0148. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster Masalah Access adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 14.8%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster masalah access di atas adalah sangat rendah.

3. Analisis Hasil Sintesis Cluster Masalah Communication

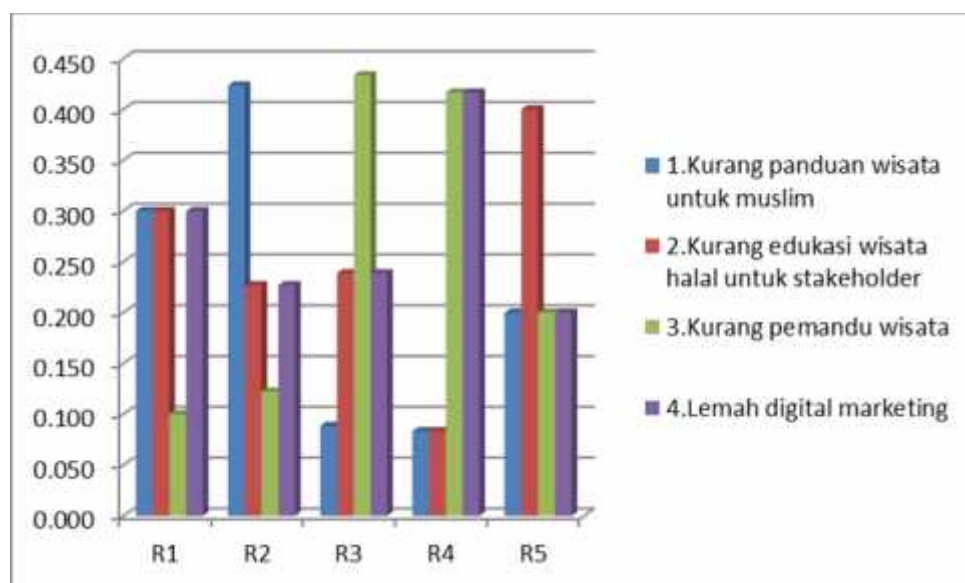
Hasil ANP berikutnya adalah cluster MASALAH COMMUNICATION pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster masalah communication menurut pandangan pakar dengan

menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 7 : Hasil sintesis prioritas masalah communication berdasarkan nilai Geometric Mean

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 8 : Hasil sintesis prioritas masalah communication berdasarkan nilai masing masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa masalah communication utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) lemahnya digital marketing (26.7%); 2) masalah kurang edukasi wisata halal untuk stakeholder (22.2%); 3) masalah kurang panduan wisata untuk muslim (21.3%) dan 4) masalah kurangnya pemandu wisata (18%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, dua orang responden menjawab masalah lemahnya digital marketing sama pentingnya dengan beberapa elemen masalah lainnya. Sedangkan sisanya memiliki jawaban yang sangat beragam.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster Masalah communication. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 8: Nilai prioritas sebelum di transformasi

MASALAH COMMUNICATION	R1	R2	R3	R4	R5
1.Kurang panduan wisata untuk muslim	0.300	0.424	0.089	0.083	0.200
2.Kurang edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.300	0.227	0.239	0.083	0.400
3.Kurang pemandu wisata	0.100	0.122	0.434	0.417	0.200
4.Lemah digital marketing	0.300	0.227	0.239	0.417	0.200

Tabel 4. 9: Nilai prioritas sesudah di transformasi

MASALAH COMMUNICATION	1.Kurang panduan wisata untuk muslim	2.Kurang edukasi wisata halal untuk stakeholder	3.Kurang pemandu wisata	4.Lemah digital marketing
R1	0.3	0.3	0.1	0.3
R2	0.42361	0.22704	0.12231	0.22704
R3	0.0886	0.23888	0.43363	0.23888
R4	0.08332	0.08332	0.41668	0.41668
R5	0.19998	0.40005	0.19998	0.19998

Tabel 4. 10: Nilai prioritas setelah di ranking

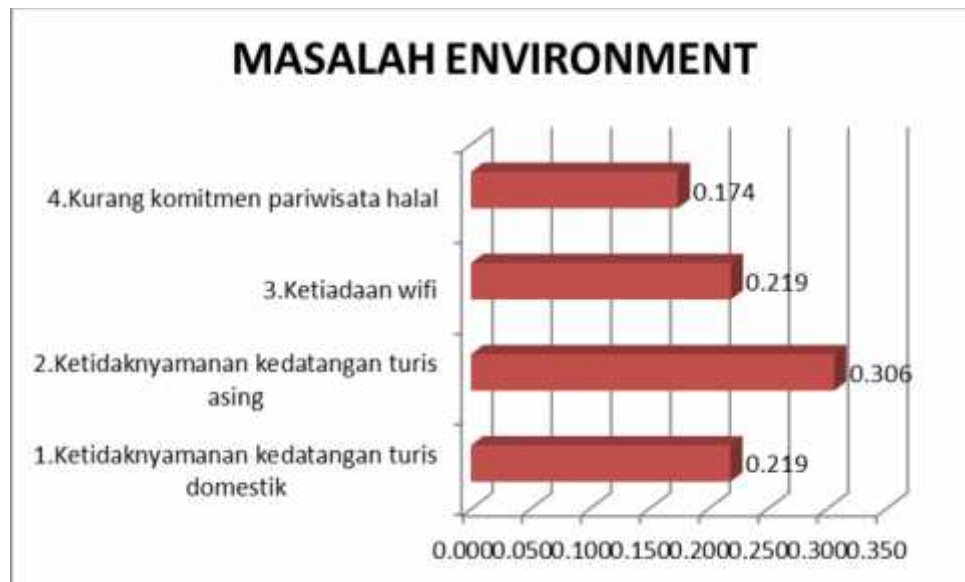
MASALAH COMMUNICATION	1.Kurang panduan wisata untuk muslim	2.Kurang edukasi wisata halal untuk stakeholder	3.Kurang pemandu wisata	4.Lemah digital marketing
R1	2	2	4	2
R2	1	2.5	4	2.5
R3	4	2.5	1	2.5
R4	3.5	3.5	1.5	1.5
R5	3	1	3	3
	13.5	11.5	13.5	11.5
	U	12.5		
	S	4		
	Max S	125		
	W	0.032		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.032. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster Masalah communication adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 3.2%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritas pada cluster masalah communication di atas adalah sangat rendah.

4. Analisis Hasil Sintesis Cluster Masalah Environment

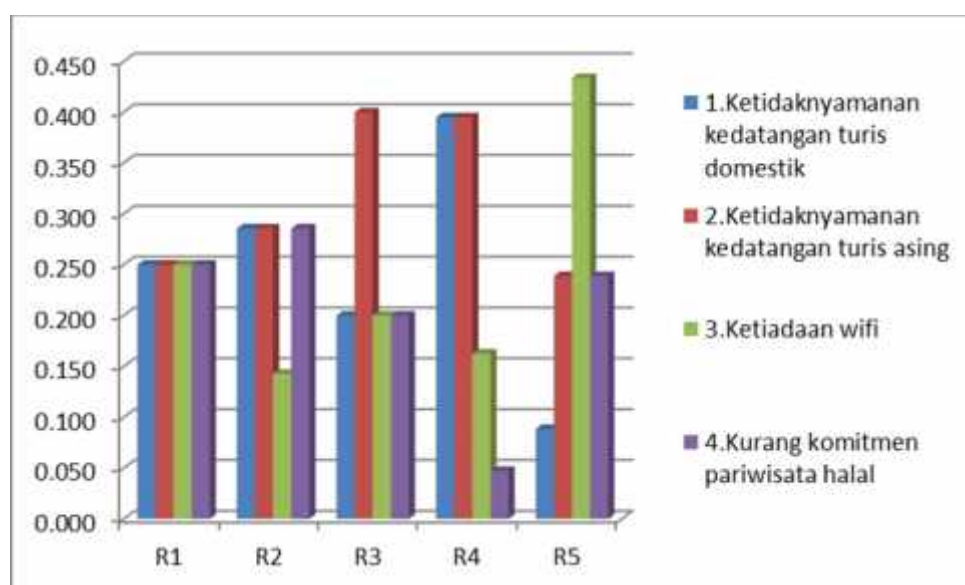
Hasil ANP berikutnya adalah cluster MASALAH ENVIRONMENT pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster masalah **environment** menurut pandangan pakar dengan

menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 9 : Hasil sintesis prioritas masalah environment berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 10 : Hasil sintesis prioritas masalah environment berdasarkan nilai masing masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa masalah **environment** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) ketidaknyamanan kedatangan turis asing (30.6%); 2) ketiadaan wifi dan ketidaknyamanan kedatangan turis domestic (21.9%); dan 3) kurangnya komitmen pariwisata halal (17.4%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, satu orang responden menjawab masalah ketiadaan wifi menjadi masalah prioritas pada cluster ini, sedangkan tiga lainnya menganggap masalah ketidaknyamanan kedatangan turis asing dan ketidaknyamanan kedatangan turis domestic sama pentingnya dengan beberapa elemen masalah lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster Masalah **environment**. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 11: Nilai prioritas sebelum di transformasi

MASALAH ENVIRONMENT	R1	R2	R3	R4	R5
1.Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik	0.250	0.286	0.200	0.395	0.089
2.Ketidaknyamanan kedatangan turis asing	0.250	0.286	0.400	0.395	0.239
3.Ketiadaan wifi	0.250	0.143	0.200	0.163	0.434
4.Kurang komitmen pariwisata halal	0.250	0.286	0.200	0.047	0.239

Tabel 4. 12: Nilai prioritas sesudah di transformasi

MASALAH ENVIRONMENT	1.Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik	2.Ketidaknyamanan kedatangan turis asing	3.Ketiadaan wifi	4.Kurang komitmen pariwisata halal
R1	0.25	0.25	0.25	0.25
R2	0.28572	0.28572	0.14284	0.28572
R3	0.2	0.4	0.2	0.2
R4	0.39502	0.39502	0.16265	0.04731
R5	0.0886	0.23887	0.43366	0.23887

Tabel 4. 13: Nilai prioritas setelah di ranking

MASALAH ENVIRONMENT	1.Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik	2.Ketidaknyamanan kedatangan turis asing	3.Ketiadaan wifi	4.Kurang komitmen pariwisata halal
R1	2.5	2.5	2.5	2.5
R2	2	2	4	2
R3	2	4	2	2
R4	1.5	1.5	3	4
R5	4	2.5	1	2.5
	12	12.5	12.5	13
	U	12.5		
	S	0.5		
	Max S	125		
	W	0.004		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.004. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster Masalah **environment** adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 0.4%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritas pada cluster masalah environment di atas adalah sangat rendah.

5. Analisis Hasil Sintesis Cluster Masalah Services

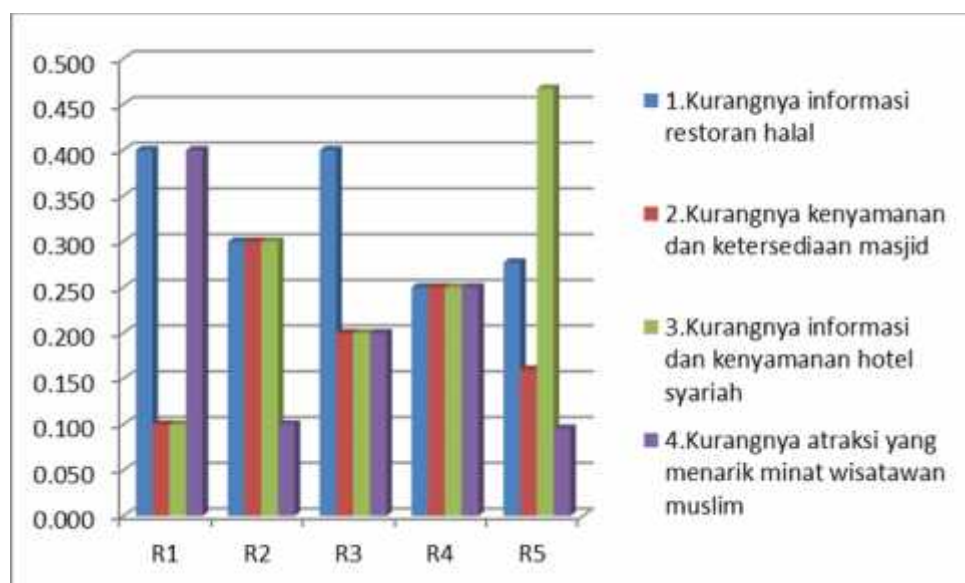
Hasil ANP berikutnya adalah cluster MASALAH SERVICES pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster masalah **services** menurut pandangan pakar dengan

menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 11 : Hasil sintesis prioritas masalah service berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 12 : Hasil Sintesis Prioritas masalah service berdasarkan nilai masing masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa masalah **services** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) kurangnya informasi restoran halal (31.9%); 2) kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah (23.4%); 3) kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid (18.9%) dan 4) kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim (18%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, dua orang responden menjawab masalah kurangnya informasi restoran halal menjadi masalah prioritas pada cluster ini, sedangkan dua orang lainnya menganggap masalah kurangnya informasi restoran halal sama pentingnya dengan beberapa elemen masalah lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster Masalah **services**. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 14: Nilai prioritas sebelum di transformasi

MASALAH SERVICES	R1	R2	R3	R4	R5
1.Kurangnya informasi restoran halal	0.400	0.300	0.400	0.250	0.277
2.Kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid	0.100	0.300	0.200	0.250	0.160
3.Kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah	0.100	0.300	0.200	0.250	0.467
4.Kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.400	0.100	0.200	0.250	0.095

Tabel 4. 15: Nilai prioritas sesudah di transformasi

MASALAH SERVICES	1.Kurangnya informasi restoran halal	2.Kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid	3.Kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah	4.Kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim
R1	0.4	0.1	0.1	0.4
R2	0.3	0.3	0.3	0.09999
R3	0.4	0.2	0.2	0.2
R4	0.25	0.25	0.25	0.25
R5	0.27718	0.16008	0.4673	0.09543

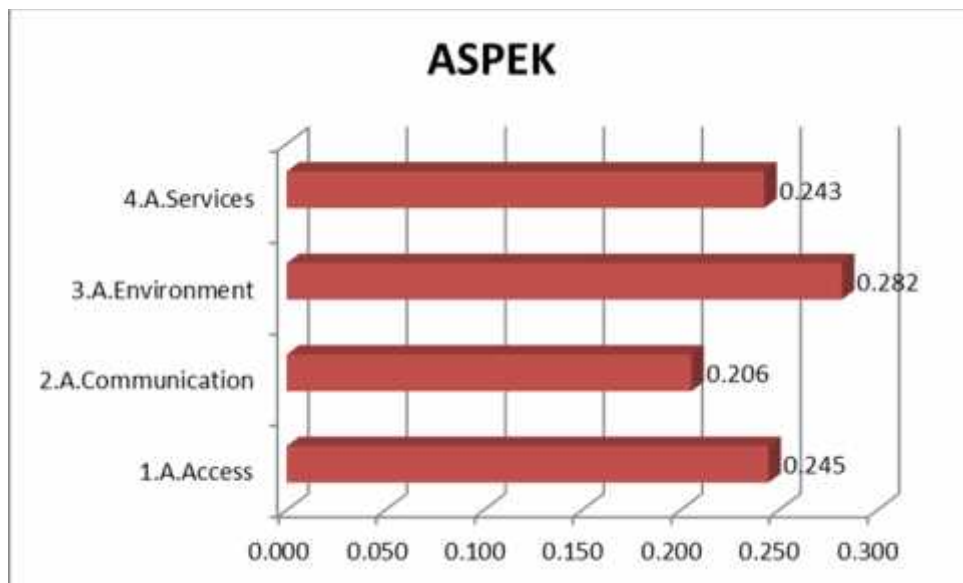
Tabel 4. 16: Nilai prioritas setelah di ranking

MASALAH SERVICES	1.Kurangnya informasi restoran halal	2.Kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid	3.Kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah	4.Kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim
R1	1.5	3.5	3.5	1.5
R2	2	2	2	4
R3	1	3	3	3
R4	2.5	2.5	2.5	2.5
R5	2	3	1	4
	9	14	12	15
	U	12.5		
	S	21		
	Max S	125		
	W	0.168		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.168. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster Masalah **services** adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 16.8%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster masalah **services** di atas adalah sangat rendah.

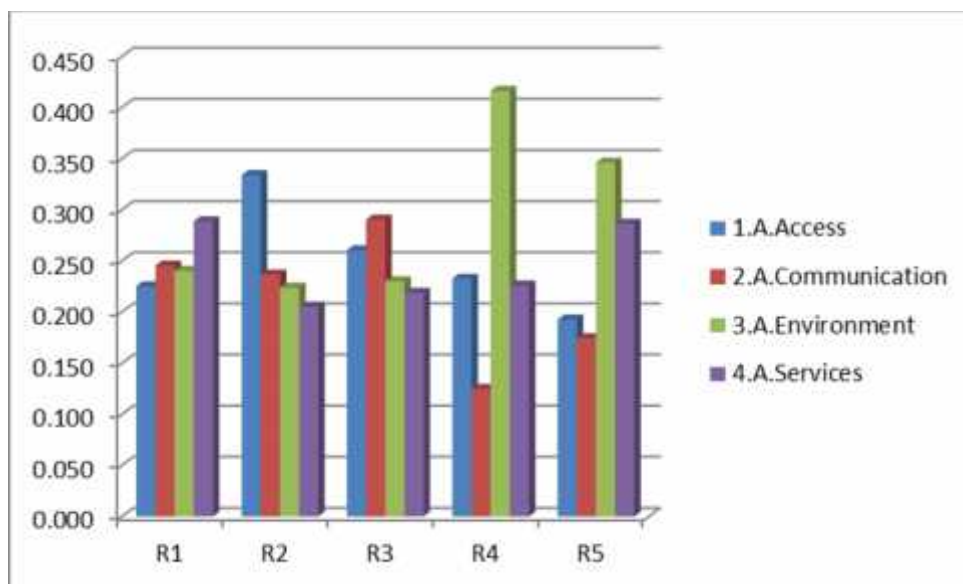
6. Analisis Hasil Sintesis Cluster Aspek

Hasil ANP berikutnya adalah cluster ASPEK pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster aspek menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 13 : Hasil sintesis prioritas aspek berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 14 : Hasil sintesis prioritas aspek berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa **aspek** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) aspek environment (28.2%); 2) aspek access (24.5%); 3) aspek services (24.3%) dan 4) aspek communication (20.6%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, dua orang responden menjawab aspek environment menjadi aspek prioritas pada cluster ini, sedangkan tiga lainnya memiliki jawaban yang beragam.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster **aspek**. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 17: Nilai prioritas sebelum di transformasi

ASPEK	R1	R2	R3	R4	R5
1.A.Access	0.225	0.334	0.261	0.233	0.193
2.A.Communication	0.246	0.237	0.291	0.125	0.174
3.A.Environment	0.240	0.224	0.230	0.416	0.346
4.A.Services	0.289	0.205	0.219	0.226	0.287

Tabel 4. 18: Nilai prioritas sesudah di transformasi

ASPEK	1.A.Access	2.A.Communication	3.A.Environment	4.A.Services
R1	0.22528	0.24559	0.24032	0.28881
R2	0.334	0.23666	0.22393	0.20541
R3	0.26053	0.29051	0.23011	0.21885
R4	0.23257	0.12481	0.41644	0.22618
R5	0.19271	0.17448	0.34624	0.28656

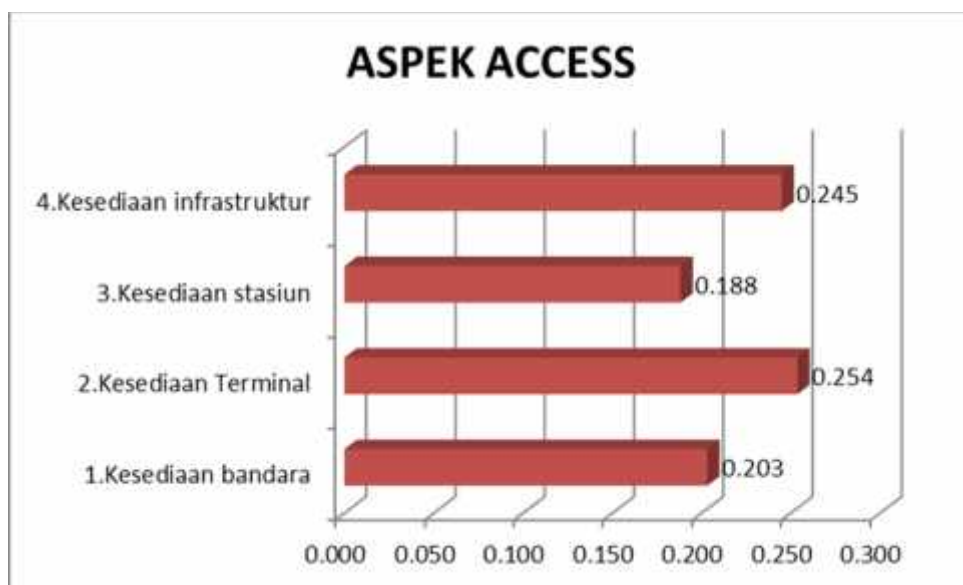
Tabel 4. 19: Nilai prioritas setelah di ranking

ASPEK	1.A.Access	2.A.Communication	3.A.Environment	4.A.Services
R1	4	2	3	1
R2	1	2	3	4
R3	2	1	3	4
R4	2	4	1	3
R5	3	4	1	2
	12	13	11	14
	U	12.5		
	S	5		
	Max S	125		
	W	0.04		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.04. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster **aspek** adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 4%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritas pada cluster **aspek** di atas adalah sangat rendah.

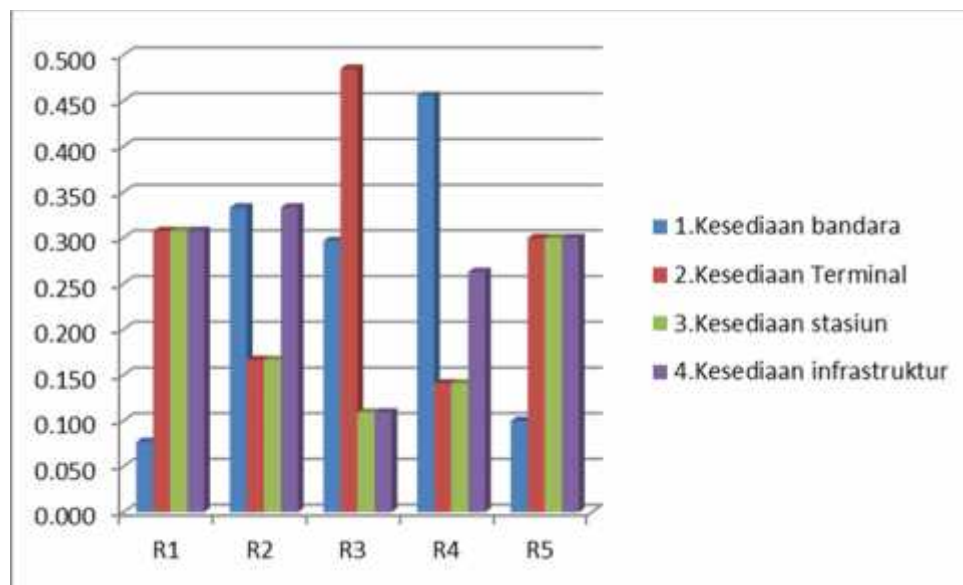
7. Analisis Hasil Sintesis Cluster Aspek Access

Hasil ANP berikutnya adalah cluster ASPEK ACCESS pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster **aspek access** menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 15 : Hasil sintesis prioritas aspek access berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 16 : Hasil sintesis prioritas aspek access berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa **aspek access** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) ketersediaan terminal (25.4%); 2) ketersediaan infrastruktur (24.5%); 3) ketersediaan bandara (20.3%) dan 4) ketersediaan stasiun (18.8%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, satu orang responden menjawab ketersediaan bandara menjadi aspek prioritas pada cluster ini, sedangkan satu orang lainnya menjawab aspek

kesediaan terminal menjadi aspek prioritas pada cluster ini. Dua orang menjawab aspek kesediaan terminal memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan elemen lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster **aspek access**. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 20: Nilai prioritas sebelum di transformasi

ASPEK ACCESS	R1	R2	R3	R4	R5
1.Kesediaan bandara	0.077	0.333	0.297	0.455	0.100
2.Kesediaan Terminal	0.308	0.167	0.485	0.141	0.300
3.Kesediaan stasiun	0.308	0.167	0.109	0.141	0.300
4.Kesediaan infrastruktur	0.308	0.333	0.109	0.263	0.300

Tabel 4. 21: Nilai prioritas sesudah di transformasi

ASPEK ACCESS	1.Kesediaan bandara	2.Kesediaan Terminal	3.Kesediaan stasiun	4.Kesediaan infrastruktur
R1	0.07692	0.30769	0.30769	0.30769
R2	0.33333	0.16667	0.16667	0.33333
R3	0.29681	0.48519	0.109	0.109
R4	0.45542	0.14087	0.14087	0.26283
R5	0.10001	0.3	0.3	0.3

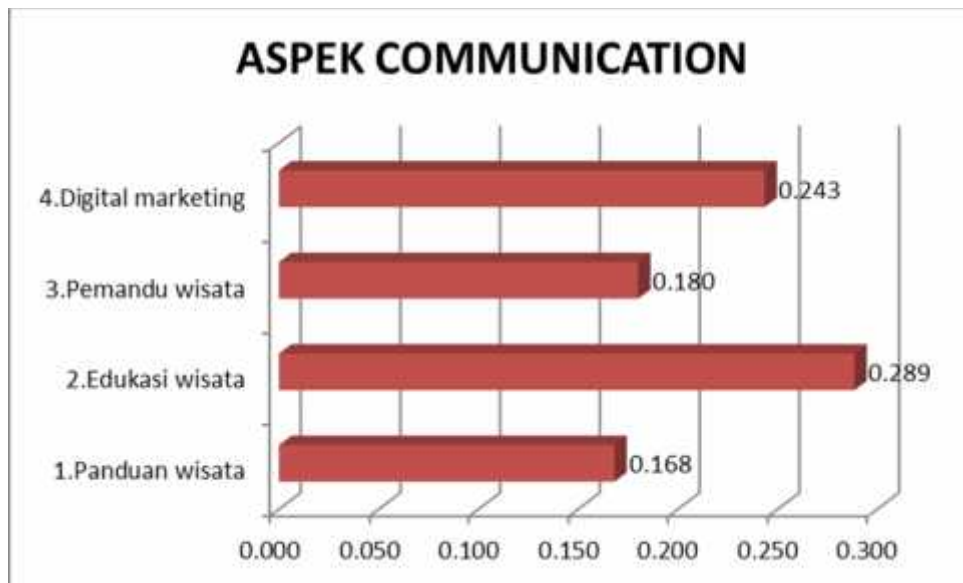
Tabel 4. 22: Nilai prioritas setelah di ranking

ASPEK ACCESS	1.Kesediaan bandara	2.Kesediaan Terminal	3.Kesediaan stasiun	4.Kesediaan infrastruktur
R1	4	2	2	2
R2	1.5	3.5	3.5	1.5
R3	2	1	3.5	3.5
R4	1	3.5	3.5	2
R5	4	2	2	2
	12.5	12	14.5	11
	U	12.5		
	S	6.5		
	Max S	125		
	W	0.052		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.052. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster aspek access adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 5.2%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster aspek access di atas adalah sangat rendah.

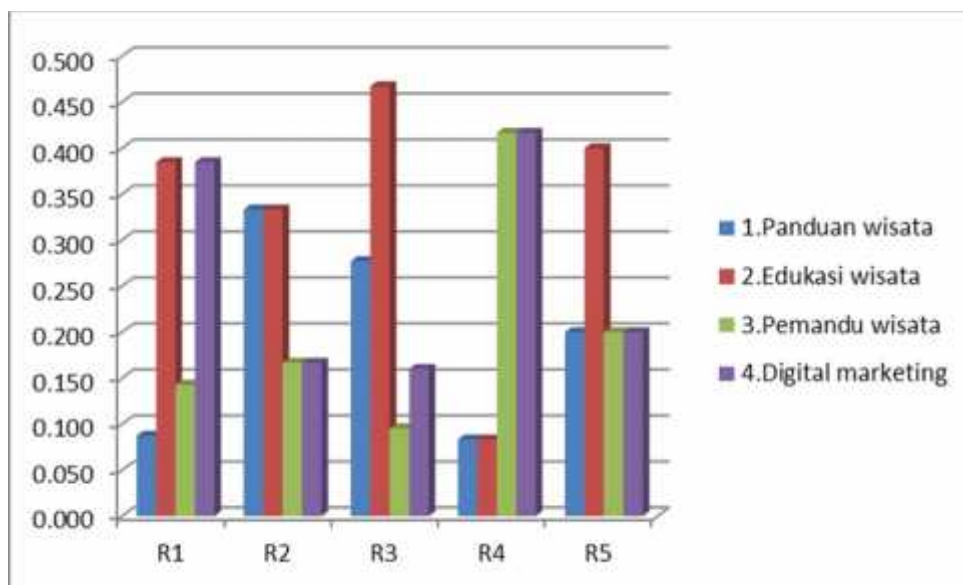
8. Analisis Hasil Sintesis Cluster Aspek Communication

Hasil ANP berikutnya adalah cluster ASPEK COMMUNICATION pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster aspek communication menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 17 : Hasil sintesis prioritas aspek communication berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 18 : Hasil sintesis prioritas aspek communication berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa aspek communication utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) edukasi wisata (28.9%); 2) digital marketing (24.3%); 3) pemandu wisata (18%) dan 4) panduan wisata (16.8%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, tiga orang responden menjawab digital marketing memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan beberapa elemen lainnya, pada elemen edukasi wisata dua orang beranggapan bahwa edukasi wisata merupakan elemen prioritas pada cluster ini.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster aspek communication. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 23: Nilai prioritas sebelum di transformasi

ASPEK COMMUNICATION	R1	R2	R3	R4	R5
1.Panduan wisata	0.087	0.333	0.277	0.083	0.200
2.Edukasi wisata	0.385	0.333	0.467	0.083	0.400
3.Pemandu wisata	0.143	0.167	0.095	0.417	0.200
4.Digital marketing	0.385	0.167	0.160	0.417	0.200

Tabel 4. 24: Nilai prioritas sesudah di transformasi

ASPEK COMMUNICATION	1.Panduan wisata	2.Edukasi wisata	3.Pemandu wisata	4.Digital marketing
R1	0.08736	0.38492	0.14278	0.38494
R2	0.33333	0.33333	0.16667	0.16667
R3	0.27718	0.46729	0.09544	0.1601
R4	0.08335	0.08335	0.41665	0.41665
R5	0.2	0.4	0.2	0.2

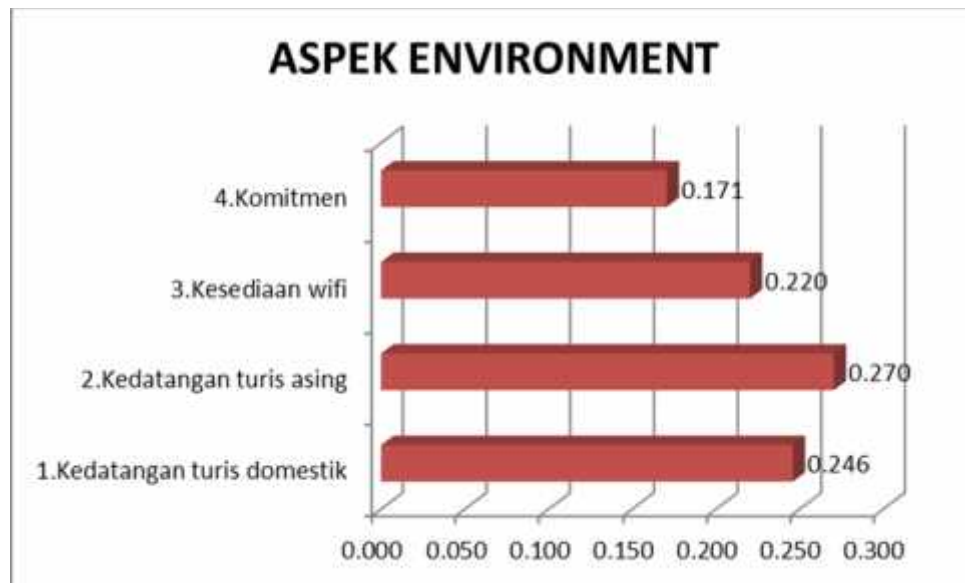
Tabel 4. 25: Nilai prioritas setelah di ranking

ASPEK COMMUNICATION	1.Panduan wisata	2.Edukasi wisata	3.Pemandu wisata	4.Digital marketing
R1	4	1.5	3	1.5
R2	1.5	1.5	3.5	3.5
R3	2	1	4	3
R4	3.5	3.5	1.5	1.5
R5	3	1	3	3
	14	8.5	15	12.5
	U	12.5		
	S	24.5		
	Max S	125		
	W	0.196		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.196. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster aspek communication adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 19.6%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritas pada cluster aspek communication di atas adalah sangat rendah.

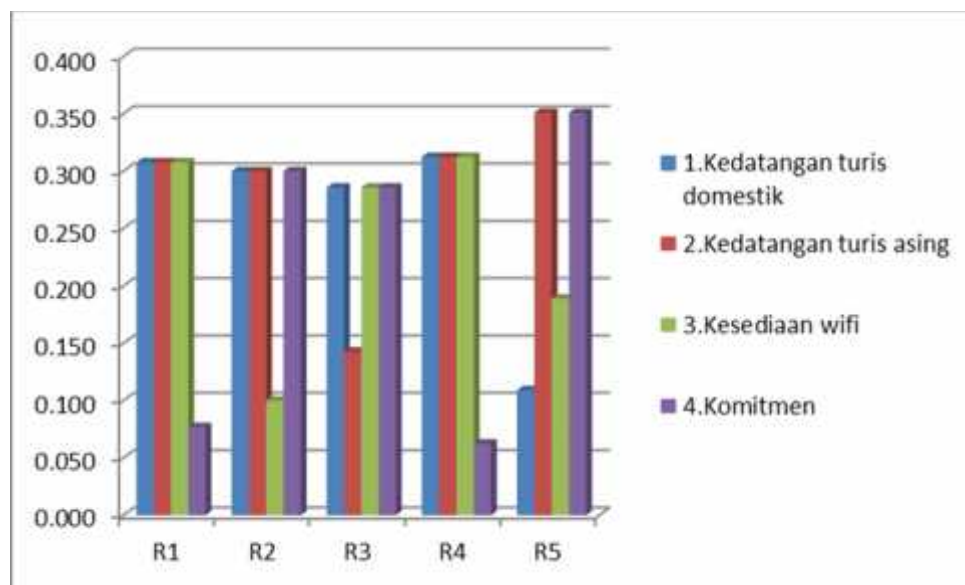
9. Analisis Hasil Sintesis Cluster Aspek Environment

Hasil ANP berikutnya adalah cluster ASPEK ENVIRONMENT pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster aspek environment menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 19 : Hasil sintesis prioritas aspek environment berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 20 : Hasil sintesis prioritas aspek environment berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa aspek environment utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) kedatangan turis asing (27%); 2) kedatangan turis domestik (24.6%); 3) kesediaan wifi (22%) dan 4) komitmen pariwisata halal (17.1%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, empat responden menjawab kedatangan turis asing memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan beberapa elemen lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster aspek environment. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 26: Nilai prioritas sebelum transformasi

ASPEK ENVIRONMENT	R1	R2	R3	R4	R5
1.Kedatangan turis domestik	0.308	0.300	0.286	0.313	0.109
2.Kedatangan turis asing	0.308	0.300	0.143	0.313	0.351
3.Kesediaan wifi	0.308	0.100	0.286	0.313	0.189
4.Komitmen	0.077	0.300	0.286	0.063	0.351

Tabel 4. 27: Nilai prioritas sesudah di transformasi

ASPEK ENVIRONMENT	1.Kedatangan turis domestik	2.Kedatangan turis asing	3.Kesediaan wifi	4.Komitmen
R1	0.30769	0.30769	0.30769	0.07692
R2	0.3	0.3	0.10001	0.3
R3	0.28572	0.14284	0.28572	0.28572
R4	0.3125	0.3125	0.3125	0.0625
R5	0.10911	0.35092	0.18906	0.35092

Tabel 4. 28: Nilai prioritas setelah di ranking

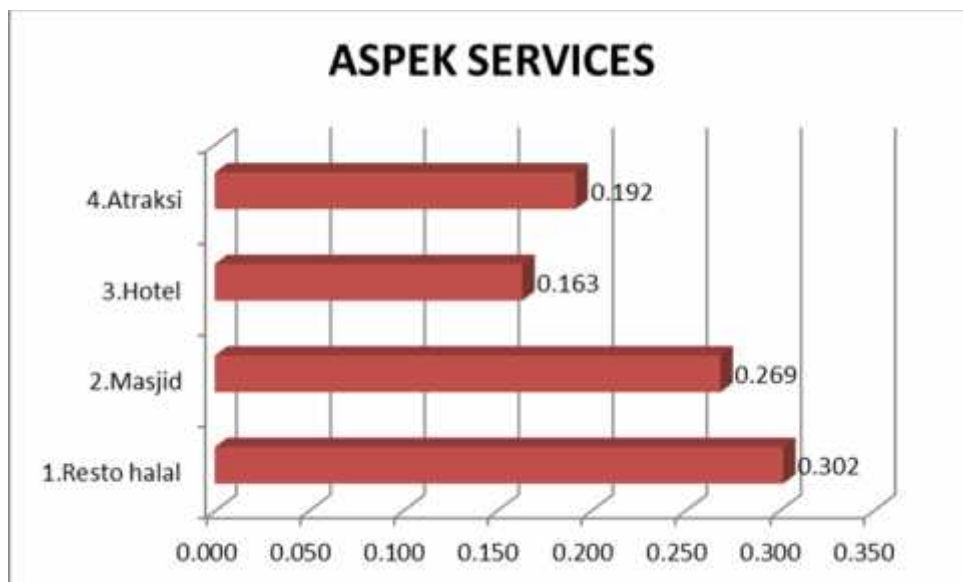
ASPEK ENVIRONMENT	1.Kedatangan turis domestik	2.Kedatangan turis asing	3.Kesediaan wifi	4.Komitmen
R1	2	2	2	4
R2	2	2	4	2
R3	2	4	2	2
R4	2	2	2	4
R5	4	1.5	3	1.5
	12	11.5	13	13.5
	U	12.5		
	S	2.5		
	Max S	125		
	W	0.02		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.02. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster aspek environment adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 2%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan

responden atas urutan prioritasasi pada cluster aspek environment di atas adalah sangat rendah.

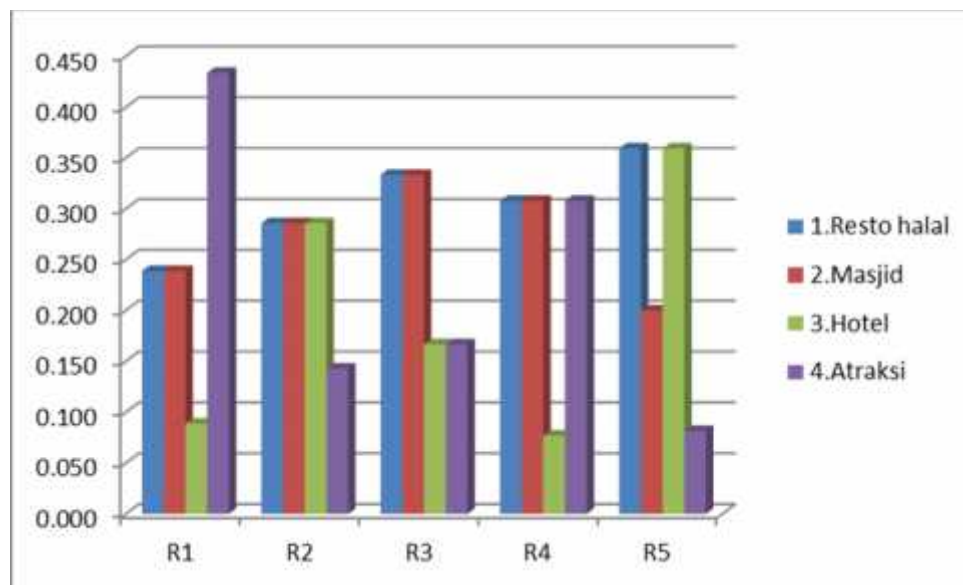
10. Analisis Hasil Sintesis Cluster Aspek Services

Hasil ANP berikutnya adalah cluster ASPEK SERVICES pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster **aspek services** menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 21 : Hasil sintesis prioritas aspek service berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 22 : Hasil sintesis prioritas aspek service berdasarkan masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa aspek services utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) restoran halal (30.2%); 2) masjid (26.9%); 3) atraksi (19.2%) dan 4) hotel (16.3%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, hampir semua orang responden menjawab restoran halal memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan beberapa elemen lainnya, hanya satu orang responden menjawab atraksi menjadi aspek prioritas pada cluster ini.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster aspek services. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 29: Nilai prioritas sebelum di transformasi

ASPEK SERVICES	R1	R2	R3	R4	R5
1.Resto halal	0.239	0.286	0.333	0.308	0.359
2.Masjid	0.239	0.286	0.333	0.308	0.200
3.Hotel	0.089	0.286	0.167	0.077	0.359
4.Atraksi	0.434	0.143	0.167	0.308	0.082

Tabel 4. 30: Nilai prioritas sesudah di transformasi

ASPEK SERVICES	1.Resto halal	2.Masjid	3.Hotel	4.Atraksi
R1	0.23887	0.23887	0.08861	0.43366
R2	0.28571	0.28571	0.28571	0.14286
R3	0.33333	0.33333	0.16667	0.16667
R4	0.30769	0.30769	0.07692	0.30769
R5	0.35927	0.19992	0.35927	0.08153

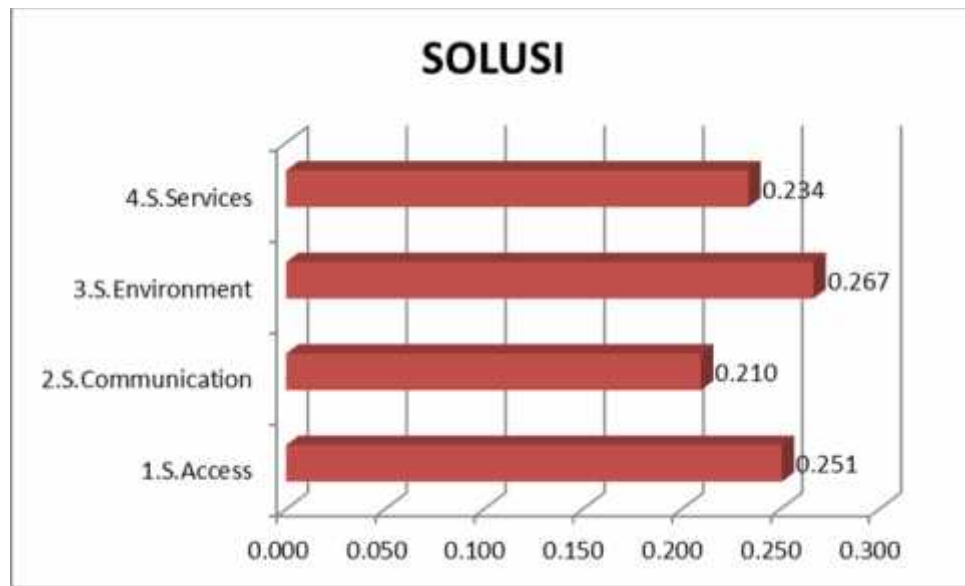
Tabel 4. 31: Nilai prioritas setelah di ranking

ASPEK SERVICES	1.Resto halal	2.Masjid	3.Hotel	4.Atraksi
R1	2.5	2.5	4	1
R2	2	2	2	4
R3	1.5	1.5	3.5	3.5
R4	2	2	4	2
R5	1.5	3	1.5	4
	9.5	11	15	14.5
	U	12.5		
	S	21.5		
	Max S	125		
	W	0.172		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.172. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster aspek services adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 17.2%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster aspek services di atas adalah sangat rendah.

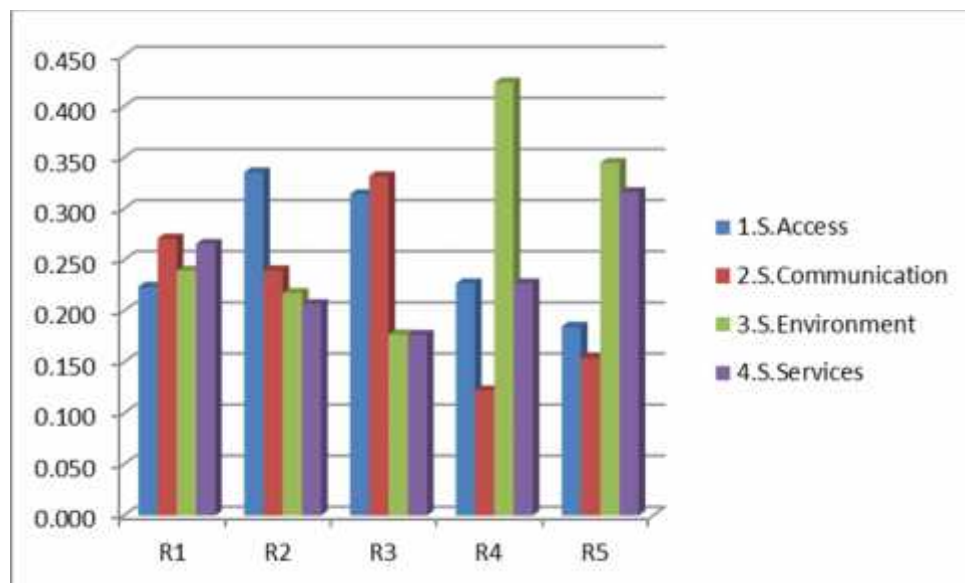
11. Analisis Hasil Sintesis Cluster Solusi

Hasil ANP berikutnya adalah cluster SOLUSI pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster **solusi** menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 23 : Hasil sintesis prioritas solusi berdasarkan nilai Geometric Mean

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 24 : Hasil sintesis prioritas solusi berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa **solusi** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) solusi environment (26.7%); 2) solusi access (25.1%); 3) solusi services (23.4%) dan 4) solusi communication (21%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, dua orang responden menjawab solusi environment merupakan solusi prioritas dari cluster ini, sedangkan responden lainnya memiliki jawaban yang beragam atas cluster ini.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster **solusi**. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 32: Nilai prioritas sebelum di transformasi

SOLUSI	R1	R2	R3	R4	R5
1.S.Access	0.224	0.336	0.314	0.227	0.185
2.S.Communication	0.271	0.240	0.332	0.122	0.154
3.S.Environment	0.240	0.218	0.177	0.424	0.345
4.S.Services	0.266	0.207	0.177	0.227	0.316

Tabel 4. 33: Nilai prioritas sesudah di transformasi

SOLUSI	1.S.Access	2.S.Communication	3.S.Environment	4.S.Services
R1	0.22383	0.27088	0.23953	0.26575
R2	0.3357	0.23978	0.21767	0.20685
R3	0.31424	0.3319	0.17711	0.17675
R4	0.22704	0.12232	0.42359	0.22704
R5	0.18471	0.15403	0.34492	0.31634

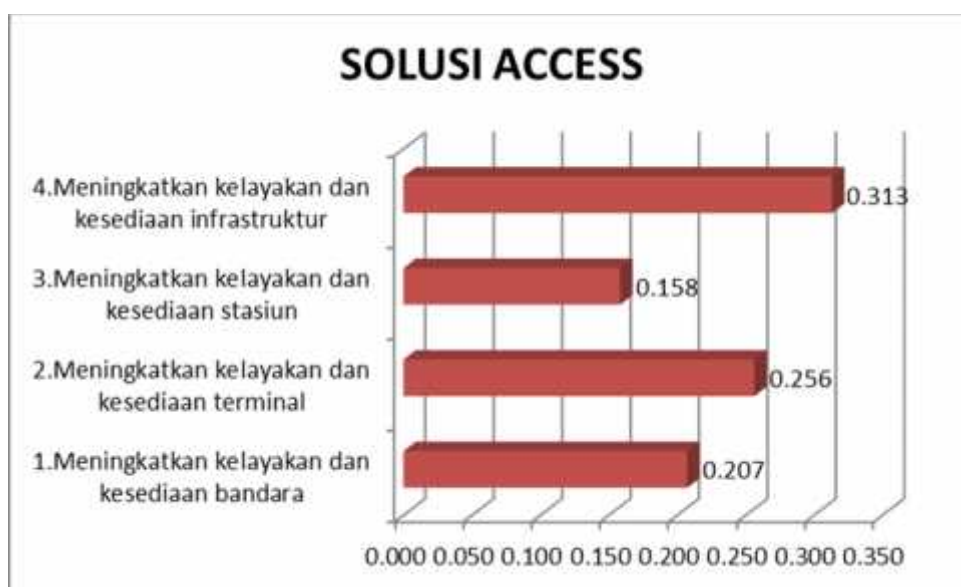
Tabel 4. 34: Nilai prioritas setelah di ranking

SOLUSI	1.S.Access	2.S.Communication	3.S.Environment	4.S.Services
R1	4	1	3	2
R2	1	2	3	4
R3	2	1	3	4
R4	2.5	4	1	2.5
R5	3	4	1	2
	12.5	12	11	14.5
	U	12.5		
	S	6.5		
	Max S	125		
	W	0.052		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.052. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster **solusi** adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 5.2%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster **solusi** di atas adalah sangat rendah.

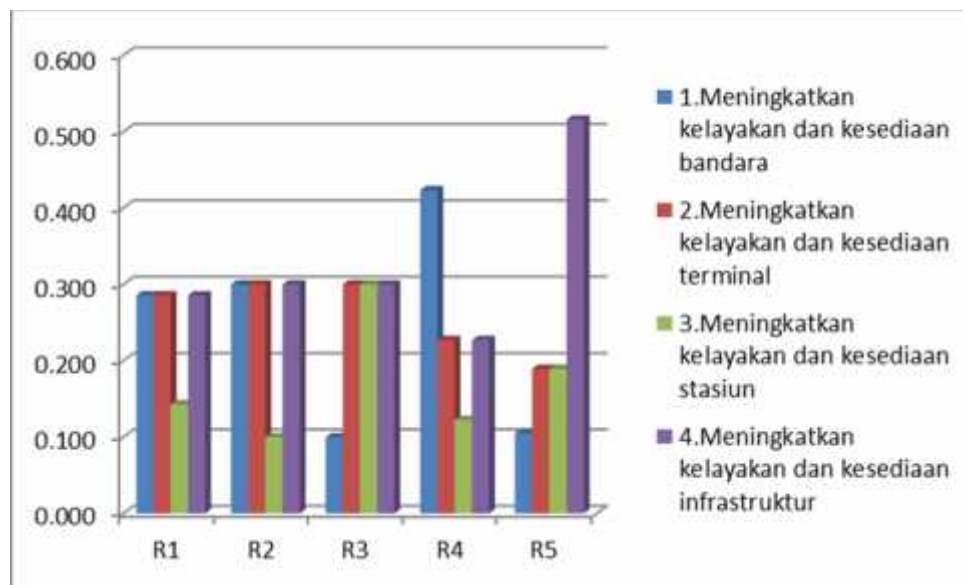
12. Analisis Hasil Sintesis Cluster Solusi Access

Hasil ANP berikutnya adalah cluster SOLUSI ACCESS pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster **solusi access** menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 25 : Hasil sintesis prioritas solusi access berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 26 : Hasil sintesis prioritas solusi access berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa **solusi access** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur (31.3%); 2) meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal (25.6%); 3) meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara (20.7%) dan 4) meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun kereta api (15.8%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, satu orang responden menjawab meningkatkan kelayakan dan kesediaan

infrastruktur merupakan solusi prioritas dari cluster ini, dan tiga orang lainnya menjawab meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan beberapa elemen lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster **solusi access**. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 35: Nilai prioritas sebelum di transformasi

SOLUSI ACCESS	R1	R2	R3	R4	R5
1.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara	0.286	0.300	0.100	0.424	0.105
2.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal	0.286	0.300	0.300	0.227	0.189
3.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun	0.143	0.100	0.300	0.122	0.189
4.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.286	0.300	0.300	0.227	0.516

Tabel 4. 36: Nilai prioritas sesudah di transformasi

SOLUSI ACCESS	1.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara	2.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal	3.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun	4.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur
R1	0.28571	0.28571	0.14286	0.28571
R2	0.3	0.3	0.10001	0.3
R3	0.09998	0.30001	0.30001	0.30001
R4	0.42357	0.22705	0.12232	0.22705
R5	0.10541	0.18939	0.18939	0.5158

Tabel 4. 37: Nilai priritas setelah di ranking

SOLUSI ACCESS	1.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara	2.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal	3.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun	4.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur
R1	2	2	4	2
R2	2	2	4	2
R3	4	2	2	2
R4	1	2.5	4	2.5
R5	4	2.5	2.5	1
	13	11	16.5	9.5
	U	12.5		
	S	27.5		
	Max S	125		
	W	0.22		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.22. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster **solusi access** adalah rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 22.%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster **solusi access** di atas adalah rendah.

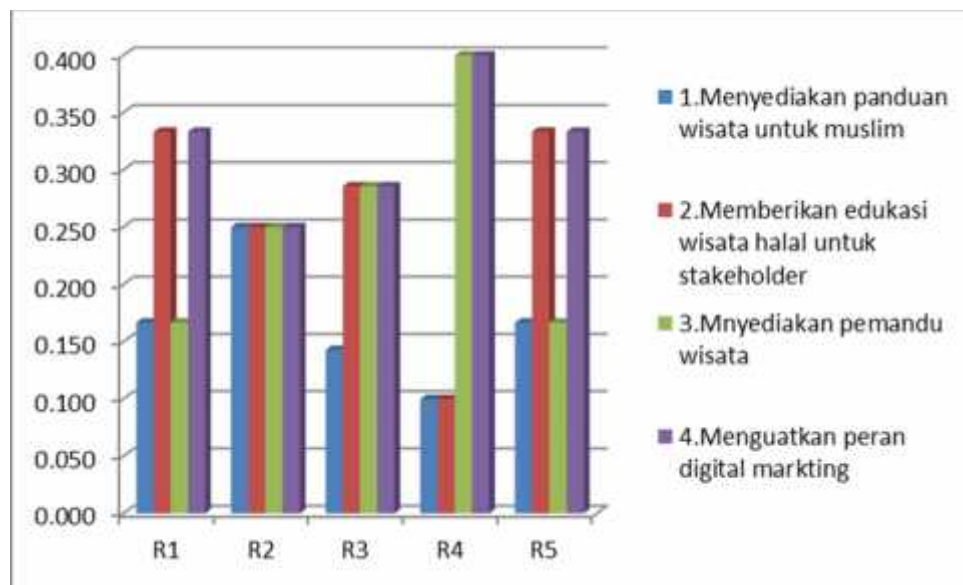
13. Analisis Hasil Sintesis Cluster Solusi Communication

Hasil ANP berikutnya adalah cluster **SOLUSI COMMUNICATION** pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster solusi communication menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 27 : Hasil sintesis prioritas solusi communication berdasarkan nilai Geometric Mean

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 28 : Hasil sintesis prioritas solusi communication berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa solusi communication utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) menguatkan peran digital marketing (31.6%); 2) memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder dan menyediakan pemandu wisata (24%); 3) menyediakan panduan wisata untuk muslim (15.8%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, seluruh responden menjawab menguatkan peran digital marketing memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan beberapa elemen lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster solusi communication. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 38: Nilai prioritas sebelum di transformasi

SOLUSI COMMUNICATION	R1	R2	R3	R4	R5
1.Menyediakan panduan wisata untuk muslim	0.167	0.250	0.143	0.100	0.167
2.Memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.333	0.250	0.286	0.100	0.333
3.Mnyediakan pemandu wisata	0.167	0.250	0.286	0.400	0.167
4.Menguatkan peran digital marketing	0.333	0.250	0.286	0.400	0.333

Tabel 4. 39: Nilai prioritas sesudah di transformasi

SOLUSI COMMUNICATION	1.Menyediakan panduan wisata untuk muslim	2.Memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder	3.Mnyediakan pemandu wisata	4.Menguatkan peran digital marketing
R1	0.16668	0.33332	0.16668	0.33332
R2	0.25	0.25	0.25	0.25
R3	0.14283	0.28572	0.28572	0.28572
R4	0.10004	0.10004	0.39996	0.39996
R5	0.16664	0.33336	0.16664	0.33336

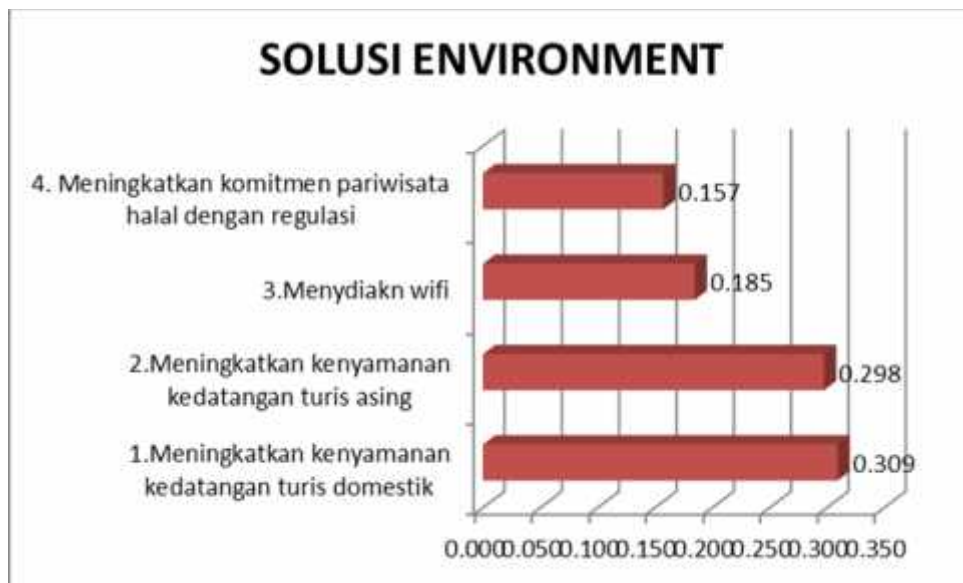
Tabel 4. 40: Nilai prioritas setelah di ranking

SOLUSI COMMUNICATION	1.Menyediakan panduan wisata untuk muslim	2.Memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder	3.Mnyediakan pemandu wisata	4.Menguatkan peran digital markting
R1	3.5	1.5	3.5	1.5
R2	2.5	2.5	2.5	2.5
R3	4	2	2	2
R4	3.5	3.5	1.5	1.5
R5	3.5	1.5	3.5	1.5
	17	11	13	9
	U	12.5		
	S	35		
	Max S	125		
	W	0.28		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.28. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster solusi communication adalah rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 28%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritas pada cluster solusi communication di atas adalah rendah.

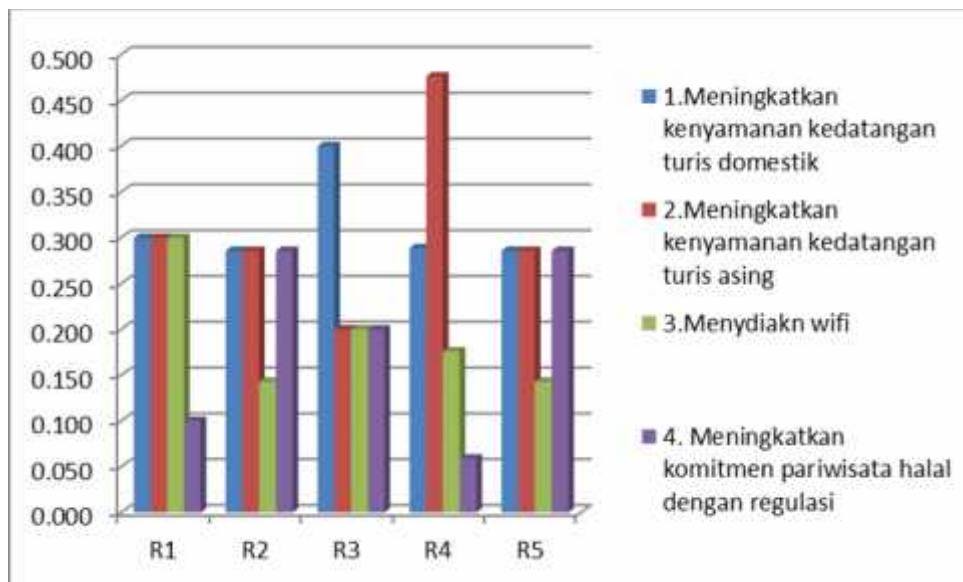
14. Analisis Hasil Sintesis Cluster Solusi Environment

Hasil ANP berikutnya adalah cluster SOLUSI ENVIRONMENT pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster solusi environment menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 29 : Hasil sintesis prioritas solusi environment berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 30 : Hasil sintesis prioritas solusi environment berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa solusi environment utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah:

- a. meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik (30.9%).
- b. meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing (29.8%).
- c. menyediakan wifi (18.5%) dan,
- d. meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi (15.7%).

Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, satu orang responden menjawab meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing merupakan solusi prioritas pada cluster ini, empat orang lainnya menjawab meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan beberapa elemen lainnya.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster solusi environment. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 41: Nilai prioritas sebelum di transformasi

SOLUSI ENVIRONMENT	R1	R2	R3	R4	R5
1.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik	0.300	0.286	0.400	0.289	0.286
2.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing	0.300	0.286	0.200	0.476	0.286
3.Menydiakn wifi	0.300	0.143	0.200	0.176	0.143
4. Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi	0.100	0.286	0.200	0.059	0.286

Tabel 4. 42: Nilai prioritas sesudah di transformasi

SOLUSI ENVIRONMENT	1.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik	2.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing	3.Menydiakn wifi	4. Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi
R1	0.30001	0.30001	0.30001	0.09998
R2	0.28571	0.28571	0.14286	0.28571
R3	0.4	0.2	0.2	0.2
R4	0.28879	0.47621	0.17594	0.05906
R5	0.28571	0.28571	0.14287	0.28571

Tabel 4. 43: Nilai prioritas setelah di ranking

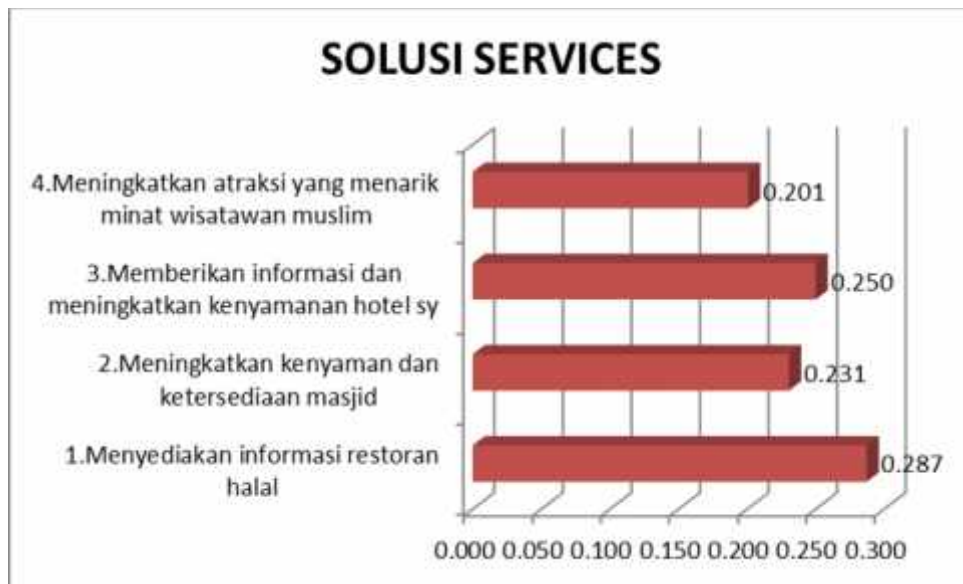
SOLUSI ENVIRONMENT	1.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik	2.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing	3.Menyediakan wifi	4. Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi
R1	2	2	2	4
R2	2	2	4	2
R3	4	2	2	2
R4	2	1	3	4
R5	2	2	4	2
	12	9	15	14
	U	12.5		
	S	21		
	Max S	125		
	W	0.168		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.168. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster **solusi environment** adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 16.8%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster **solusi environment** di atas adalah sangat rendah.

15. Analisis Hasil Sintesis Cluster Solusi Services

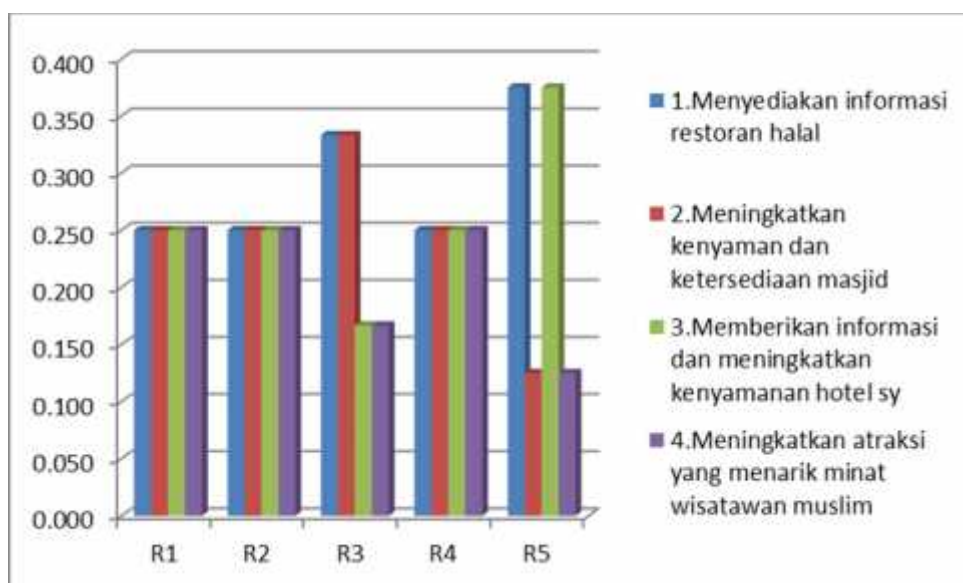
Hasil ANP berikutnya adalah cluster SOLUSI SERVICES pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster solusi services menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil

rata-rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 31 : Hasil sintesis prioritas solusi service berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 32 : Hasil sintesis prioritas solusi service berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa **solusi services** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) menyediakan informasi restoran halal (28.7%); 2) meningkatkan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel syariah (25%); 3) meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan masjid (23.1%) dan 4) atraksi yang menarik minat wisatawan muslim (20.1%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, hampir seluruh responden menjawab menyediakan informasi restoran halal dan memberikan informasi meningkatkan kenyamanan hotel syariah memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan beberapa elemen lainnya, namun tetap prioritas.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster **solusi services**. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 44: Nilai prioritas sebelum di transformasi

SOLUSI SERVICES	R1	R2	R3	R4	R5
1.Menyediakan informasi restoran halal	0.250	0.250	0.333	0.250	0.375
2.Meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan masjid	0.250	0.250	0.333	0.250	0.125
3.Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel sy	0.250	0.250	0.167	0.250	0.375
4.Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.250	0.250	0.167	0.250	0.125

Tabel 4. 45: Nilai prioritas sesudah di transformasi

SOLUSI SERVICES	1.Menyediakan informasi restoran halal	2.Meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan masjid	3.Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel sy	4.Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim
R1	0.25	0.25	0.25	0.25
R2	0.25	0.25	0.25	0.25
R3	0.33333	0.33333	0.16667	0.16667
R4	0.25	0.25	0.25	0.25
R5	0.375	0.125	0.375	0.125

Tabel 4. 46: Nilai prioritas setelah di ranking

SOLUSI SERVICES	1.Menyediakan informasi restoran halal	2.Meningkatkan kenyaman dan ketersediaan masjid	3.Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel sy	4.Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim
R1	2.5	2.5	2.5	2.5
R2	2.5	2.5	2.5	2.5
R3	1.5	1.5	3.5	3.5
R4	2.5	2.5	2.5	2.5
R5	1.5	3.5	1.5	3.5
	10.5	12.5	12.5	14.5
	U	12.5		
	S	8		
	Max S	125		
	W	0.064		

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.064. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster **solusi services** adalah sangat rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 6.4%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritas pada cluster **solusi services** di atas adalah sangat rendah.

16. Analisis Hasil Sintesis Cluster Strategi

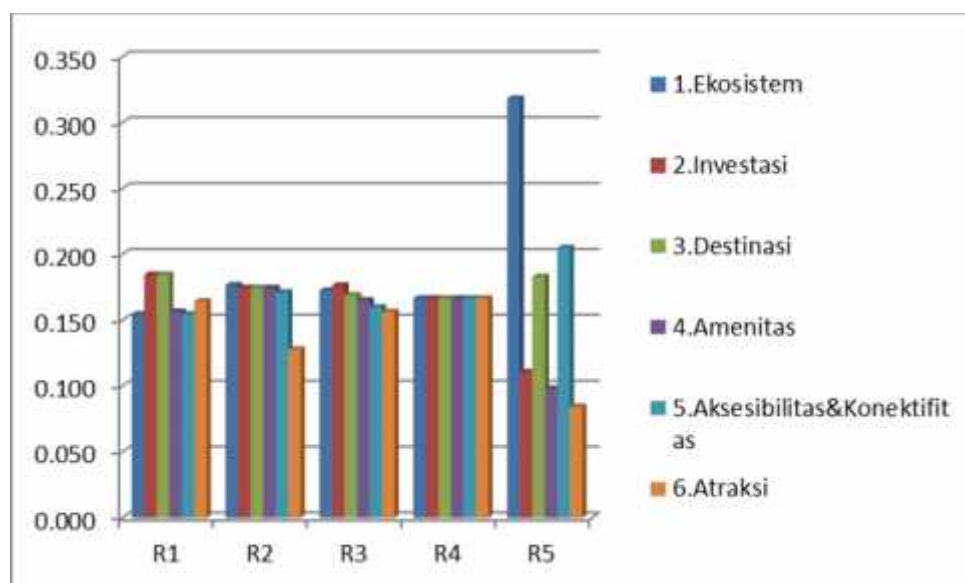
Hasil ANP berikutnya adalah cluster STRATEGI pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang menampilkan kondisi prioritas dari elemen-elemen pada cluster strategi menurut pandangan pakar dengan menampilkan hasil rata-

rata dari keseluruhan responden. Hasil cluster tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 33 : Hasil sintesis prioritas strategi berdasarkan nilai Geometric Mean.

Sumber: wawancara, data diolah



Gambar 4. 34 : Hasil sintesis prioritas strategi berdasarkan nilai masing-masing responden.

Sumber: wawancara, data diolah

Keterangan:

R1 = Haloho Siantar

R2 = Kusdianto

R3 = Zainal Siahaan

R4 = Melda

R5 = Fitri Rahmadana

Gambar diatas menunjukkan bahwa **strategi** utama dari pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang disepakati oleh semua responden adalah: 1) ekosistem (19%); 2) destinasi (17.5%); 3) aksesibilitas dan konektifitas (17.1%); 4) investasi (16.%); 5) amenitas (14.9%); dan 6) atraksi (13.6%). Untuk melihat hasil sintesis prioritas per responden, dapat dilihat pada gambar prioritas untuk masing-masing responden di atas. Hasil sintesis per responden menunjukkan bahwa dari lima orang responden, dua responden menjawab ekosistem merupakan strategi prioritas dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyokong destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Sedangkan tiga responden lainnya memiliki jawaban yang beragam.

Berikutnya akan ditunjukkan hasil perolehan *rater agreement* (kesesuaian/persetujuan) dengan menggunakan ukuran *Kendall's coefficient of concordance* (W) untuk cluster strategi. Perhitungan W (*rater agreement*) memiliki dua tahapan yaitu pertama dengan melakukan transformasi nilai prioritas, dan kedua adalah dengan melakukan ranking. Berikut tabel prioritas cluster hingga akhirnya di transformasi untuk di ranking.

Tabel 4. 47: Nilai prioritas sebelum di transformasi

STRATEGI	R1	R2	R3	R4	R5
1.Ekosistem	0.155	0.177	0.173	0.167	0.318
2.Investasi	0.185	0.175	0.177	0.167	0.111
3.Destinas	0.185	0.175	0.169	0.167	0.183
4.Amenitas	0.157	0.175	0.165	0.167	0.098
5.Aksesibilitas&Konektifitas	0.155	0.171	0.160	0.167	0.205
6.Atraksi	0.164	0.128	0.156	0.167	0.085

Tabel 4. 48: Nilai prioritas sesudah di transformasi

STRATEGI	1.Ekosistem	2.Investasi	3.Destinas	4.Amenitas	5.Aksesibilitas&Konektifitas	6.Atraksi
R1	0.15476	0.1847	0.1847	0.15664	0.15476	0.16445
R2	0.17676	0.17467	0.17467	0.17467	0.17131	0.12792
R3	0.17264	0.1765	0.16916	0.1653	0.16001	0.15639
R4	0.16667	0.16667	0.16667	0.16667	0.16667	0.16667
R5	0.31833	0.11076	0.18303	0.09832	0.20505	0.08451

Tabel 4. 49: Nilai prioritas setelah di ranking

STRATEGI	1.Ekosistem	2.Investasi	3.Destinas	4.Amenitas	5.Aksesibilitas&Konektifitas	6.Atraksi
R1	5.5	1.5	1.5	4	5.5	3
R2	1	3	3	3	5	6
R3	2	1	3	4	5	6
R4	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5
R5	1	4	3	5	2	6
	13	13	14	19.5	21	24.5
	U	17.5				
	S	118				
	Max S	437.5				
	W	0.269714				

Hasil perolehan nilai W (rater agreement) berdasarkan perhitungan di atas adalah 0.269714. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan responden atas hasil prioritas pada cluster strategi adalah rendah. Keragaman nilai yang diberikan oleh masing-masing responden turut menyumbang perolehan angka *rater agreement* sebesar 26.97%, yang berarti bahwa tingkat kesepakatan responden atas urutan prioritisasi pada cluster strategi di atas adalah rendah.

7. Nilai Inkonsistensi

Uji input dari metode ANP adalah uji konsistensi dimana jawaban *pairwise comparison* dari masing-masing responden harus memenuhi kriteria yang disyaratkan. Sebagaimana telah disinggung di awal, kriteria yang disyaratkan adalah dimana nilai inkonsistensi tidak lebih dari 10% atau 0.10. Potensi terjadi inkonsistensi akan dari jawaban responden akan semakin besar jika jumlah elemen yang dibandingkan semakin banyak. Oleh sebab itu lah, saran dari Thomas L. Saaty sebagai penemu dari metode ini baik itu AHP maupun ANP memberikan rekomendasi yaitu jumlah elemen dalam satu cluster sebaiknya tidak lebih dari 7 (tujuh) elemen (Saaty dan Vargas, 2005). Tabel berikut ini

memberikan gambaran nilai inkonsistensi dari masing-masing perbandingan dalam satu cluster terhadap cluster lainnya.

Tabel 4. 50: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster tujuan dan masalah ke cluster masalah, sub masalah, dan aspek

Node --> Cluster	R1	R2	R3	R4	R5
Tujuan --> Masalah	0.01160	0.00390	0.02750	0.00390	0.02270
Masalah Access --> Masalah Access	0.01040	0.00000	0.00000	0.00000	0.03040
Masalah Access --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390	0.02270
Masalah Communication --> Masalah Communication	0.00000	0.00390	0.00390	0.00000	0.00000
Masalah Communication --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Masalah Environment --> Masalah Environment	0.00000	0.00000	0.00000	0.02750	0.00770
Masalah Environment --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Masalah Services --> Masalah Services	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.01160
Masalah Services --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai inkonsistensi pairwise comparison antara elemen-elemen dalam satu cluster ke cluster lainnya hampir semuanya di bawah 10% (0.10). Hal ini menunjukkan bahwa telah terbukti jawaban pairwise comparison yang dilakukan oleh kelima responden telah menghasilkan data yang valid dan konsisten. Tingkat inkonsistensi lainnya ditunjukkan pairwise elemen-elemen cluster Aspek ke cluster lainnya yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 51: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster aspek ke cluster sub aspek dan solusi

Node --> Cluster	R1	R2	R3	R4	R5
Aspek Access --> Aspek Access	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390	0.00000
Aspek Access --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Aspek Communication --> Aspek Communication	0.00770	0.00000	0.00390	0.00000	0.00000
Aspek Communication --> Solusi	0.00770	0.00000	0.00390	0.00390	0.00000
Aspek Environment --> Aspek Environment	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390
Aspek Environment --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.05790
Aspek Services --> Aspek Services	0.00770	0.00000	0.00000	0.00000	0.00770
Aspek Services --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai inkonsistensi pairwise comparison antara elemen-elemen dalam satu cluster ke cluster lainnya hampir semuanya di bawah 10% (0.10). Hal ini menunjukkan bahwa telah terbukti jawaban pairwise comparison yang dilakukan oleh kelima responden telah menghasilkan data yang valid dan konsisten. Tingkat inkonsistensi lainnya ditunjukkan pairwise elemen-elemen cluster Solusi ke cluster lainnya yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 52: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster solusi ke cluster masalah, aspek, sub solusi, dan strategi

Node --> Cluster	R1	R2	R3	R4	R5
Solusi Access --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Solusi Access --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Solusi Access --> Solusi Access	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00770
Solusi Access --> Strategi	0.01810	0.00000	0.00000	0.00000	0.00220
Solusi Communication --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Solusi Communication --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Solusi Communication --> Solusi Access	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
Solusi Communication --> Strategi	0.00000	0.00000	0.00220	0.00000	0.00220
Solusi Environment --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390	0.00390
Solusi Environment --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Solusi Environment --> Solusi Access	0.00000	0.00000	0.00000	0.02460	0.00000
Solusi Environment --> Strategi	0.00000	0.00000	0.00220	0.00000	0.00220
Solusi Services --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Solusi Services --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Solusi Services --> Solusi Access	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
Solusi Services--> Strategi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00590

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai inkonsistensi pairwise comparison antara elemen-elemen dalam satu cluster ke cluster lainnya hampir semuanya di bawah 10% (0.10). Hal ini menunjukkan bahwa telah terbukti jawaban pairwise comparison yang dilakukan oleh kelima responden telah menghasilkan data yang valid dan konsisten. Tingkat inkonsistensi lainnya ditunjukkan pairwise elemen-elemen cluster Strategi ke cluster lainnya yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 53: Nilai inkonsistensi elemen-elemen cluster strategi ke cluster masalah, aspek, dan solusi

Node --> Cluster	R1	R2	R3	R4	R5
Ekosistem --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Ekosistem --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Ekosistem --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Investasi --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Investasi --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Investasi --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Destinasi --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Destinasi --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00220	0.00390	0.00000
Destinasi --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Amenitas --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Amenitas --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00220	0.00390	0.00390
Amenitas --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00390
Aksesibilitas dan Konektifitas --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00220	0.00390	0.00000
Aksesibilitas dan Konektifitas --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
Aksesibilitas dan Konektifitas --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Atraksi --> Masalah	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Atraksi --> Aspek	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000
Atraksi --> Solusi	0.00000	0.00000	0.00000	0.00390	0.00000

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai inkonsistensi pairwise comparison antara elemen-elemen dalam satu cluster ke cluster lainnya hampir semuanya di bawah 10% (0.10). Hal ini menunjukkan bahwa telah terbukti jawaban pairwise comparison yang dilakukan oleh kelima responden telah menghasilkan data yang valid dan konsisten.

8. Analisis Hasil

Untuk mendapatkan interpretasi dan analisa dari hasil ANP secara komprehensif, maka berikut hasil dari ANP akan disandingkan bersama dengan nilai rater agreementnya. Tabel dibawah ini menyajikan hasil prioritas ANP dan rater agreementnya masing-masing untuk tujuan menemukan strategi pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba.

Tabel 4. 54: Prioritas dan Rater Agreement ANP

MASALAH	Priority	W
1.M.Access	0.250	11.65%
2.M.Communication	0.199	
3.M.Environment	0.270	
4.M.Services	0.250	
MASALAH ACCESS	Priority	W
1.Kelayakan dan kesediaan bandara	0.172	14.8%
2.Kelayakan dan kesediaan terminal	0.210	
3.Kelayakan dan kesediaan stasiun	0.186	
4.Kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.307	
MASALAH COMMUNICATION	Priority	W
1.Kurang panduan wisata untuk muslim	0.180	3.2%
2.Kurang edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.222	
3.Kurang pemandu wisata	0.213	
4.Lemah digital marketing	0.267	
MASALAH ENVIRONMENT	Priority	W
1.Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik	0.219	0.4%
2.Ketidaknyamanan kedatangan turis asing	0.306	
3.Ketiadaan wifi	0.219	
4.Kurang komitmen pariwisata halal	0.174	
MASALAH SERVICES	Priority	W
1.Kurangnya informasi restoran halal	0.319	16.8%
2.Kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid	0.189	
3.Kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah	0.234	
4.Kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.180	
ASPEK	Priority	W
1.A.Access	0.245	4%
2.A.Communication	0.206	

3.A.Environment	0.282	
4.A.Services	0.243	
ASPEK ACCESS	Priority	W
1.Kesediaan bandara	0.203	5.2%
2.Kesediaan Terminal	0.254	
3.Kesediaan stasiun	0.188	
4.Kesediaan infrastruktur	0.245	
ASPEK COMMUNICATION	Priority	W
1.Panduan wisata	0.168	19.6%
2.Edukasi wisata	0.289	
3.Pemandu wisata	0.180	
4.Digital marketing	0.243	
ASPEK ENVIRONMENT	Priority	W
1.Kedatangan turis domestik	0.246	2%
2.Kedatangan turis asing	0.270	
3.Kesediaan wifi	0.220	
4.Komitmen	0.171	
ASPEK SERVICES	Priority	W
1.Resto halal	0.302	17.2%
2.Masjid	0.206	
3.Hotel	0.282	
4.Atraksi	0.243	
SOLUSI	Priority	W
1.S.Access	0.251	5.20%
2.S.Communication	0.210	
3.S.Environment	0.267	
4.S.Services	0.234	
SOLUSI ACCESS	Priority	W
1.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara	0.207	22%
2.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal	0.256	
3.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun	0.158	
4.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.313	
SOLUSI COMMUNICATION	Priority	W
1.Menyediakan panduan wisata untuk muslim	0.158	28%
2.Memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.240	
3.Mnyediakan pemandu wisata	0.240	
4.Menguatkan peran digital markting	0.316	
SOLUSI ENVIRONMENT	Priority	W
1.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik	0.309	16.80%

2.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing	0.298	
3.Menyediakan wifi	0.185	
4. Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi	0.157	
SOLUSI SERVICES	Priority	W
1.Menyediakan informasi restoran halal	0.287	6.40%
2.Meningkatkan nyaman dan ketersediaan masjid	0.231	
3.Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel sy	0.250	
4.Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.201	
STRATEGI	Priority	W
1.Ekosistem	0.190	26.97%
2.Investasi	0.160	
3.Destinas	0.175	
4.Amenitas	0.149	
5.Aksesibilitas&Konektivitas	0.171	
6.Atraksi	0.136	

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka model ANP telah merumuskan masalah-masalah yang dihadapi oleh para stakeholder dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Model ANP juga telah merumuskan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Lalu ditemukanlah solusi-solusi dalam mengatasi masalah dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Terakhir, strategi juga ditemukan untuk mengembangkan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba.

Dalam menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu masalah apa saja yang dihadapi oleh para stakeholder dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba maka berdasarkan urutan prioritas yaitu diantaranya adalah masalah akses, masalah komunikasi, masalah lingkungan dan masalah pelayanan. Berdasarkan urutan prioritas, sub masalah akses yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata

prioritas Danau Toba yaitu kelayakan dan kesediaan infrastruktur, kelayakan dan kesediaan terminal, kelayakan dan kesediaan stasiun dan kelayakan dan kesediaan bandara. Berdasarkan urutan prioritas, sub masalah komunikasi yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu lemahnya digital marketing, kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder, kurangnya pemandu wisata, dan kurangnya panduan wisata untuk muslim. Berdasarkan urutan prioritas, sub masalah lingkungan yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu ketidaknyamanan turis asing, ketidaknyamanan turis domestic dan ketiadaan wifi, dan kurangnya komitmen pariwisata halal. Terakhir, berdasarkan urutan prioritas, sub masalah pelayanan yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu kurangnya informasi restoran halal, kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah, kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid, dan kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

Disisi lain, berdasarkan urutan prioritas, maka aspek pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba diantaranya adalah aspek lingkungan, aspek akses, aspek pelayanan, dan aspek komunikasi. Berdasarkan urutan prioritas, sub aspek akses yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu kesediaan terminal, kesediaan infrastruktur, kesediaan bandara, dan kesediaan stasiun. Berdasarkan urutan prioritas, sub aspek komunikasi yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu edukasi wisata, digital marketing, pemandu wisata, dan panduan wisata. Berdasarkan urutan prioritas, sub aspek lingkungan yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu kedatangan turis asing, kedatangan turis domestic, kesediaan

wifi, dan komitmen. Terakhir, berdasarkan urutan prioritas, sub aspek pelayanan yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu resto halal, hotel, atraksi, dan masjid.

Dalam menjawab rumusan masalah yang kedua yaitu solusi apa saja yang dapat diberikan kepada para stakeholder dalam mengatasi masalah pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba berikut berdasarkan urutan prioritas yaitu diantaranya adalah solusi lingkungan, solusi akses, solusi pelayanan, dan solusi komunikasi. Berdasarkan urutan prioritas, sub solusi akses yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu Meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur, Meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal, Meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara, dan Meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun. Berdasarkan urutan prioritas, sub solusi komunikasi yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu Memperkuat peran digital marketing, Menyediakan pemandu wisata, Memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder, dan Menyediakan panduan wisata untuk muslim. Berdasarkan urutan prioritas, sub solusi lingkungan yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestik, Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing, Menyediakan wifi, Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi. Terakhir, berdasarkan urutan prioritas, sub pelayanan yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yaitu Menyediakan informasi restoran halal, Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel syariah, Meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan masjid, dan Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.

Dalam menjawab rumusan masalah yang terakhir yaitu strategi apa saja yang dapat digunakan oleh stakeholder dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba berikut berdasarkan urutan prioritas yaitu diantaranya adalah strategi ekosistem, strategi destinasi, strategi aksesibilitas dan konektifitas, strategi investasi, strategi amenitas, dan strategi atraksi.

Dari Hasil pengolahan data geometrik mean diatas, maka dapat dianalisa bahwa dua masalah prioritas dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah masalah lingkungan dan masalah pelayanan dan access yang memiliki bobot prioritas yang sama. Senada dengan masalah, dua aspek paling prioritas juga meliputi aspek lingkungan dan aspek access. Demikian halnya dengan solusi, dua solusi paling prioritas dalam mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah solusi lingkungan dan solusi access. Berdasarkan temuan ini, maka hendaknya stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam mengatasi masalah lingkungan dan access di wilayah Pematangsiantar untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan serta menjadikan destinasi pariwisata Danau Toba menjadi salah satu destinasi wisata halal yang unggul di Indonesia.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dua masalah prioritas pada masalah access adalah kelayakan kesediaan infrastruktur dan kelayakan kesediaan terminal. Hasil ini juga turut sejalan dengan temuan bahwa dua aspek yang paling prioritas adalah aspek kesediaan infrastruktur dan aspek kesediaan terminal. Demikian halnya dengan dua solusi yang paling prioritas dalam mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah solusi meningkatkan kelayakan kesediaan infrastruktur dan meningkatkan kelayakan kesediaan terminal. Berdasarkan temuan ini, maka hendaknya stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam mengatasi masalah kesediaan infrastruktur dan kesediaan terminal di wilayah

Pematangsiantar sehingga tujuan untuk menjadikan destinasi pariwisata Danau Toba menjadi salah satu destinasi wisata halal yang unggul di Indonesia dapat dicapai.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dua masalah prioritas pada masalah access adalah kelayakan kesediaan infrastruktur dan kelayakakan kesediaan terminal. Hasil ini juga turut sejalan dengan temuan bahwa dua aspek yang paling prioritas adalah aspek kesediaan infrastruktur dan aspek kesediaan terminal. Demikian halnya dengan dua solusi yang paling prioritas dalam mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah adalah solusi meningkatkan kelayakan kesediaan infrastruktur dan meningkatkan kelayakakan kesediaan terminal. Berdasarkan temuan ini, maka hendaknya stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam mengatasi masalah kesediaan infrastruktur dan kesediaan terminal di wilayah Pematangsiantar sehingga tujuan untuk menjadikan destinasi pariwisata Danau Toba menjadi salah satu destinasi wisata halal yang unggul di Indonesia dapat dicapai. Demikian halnya, tidak hanya memperhatikan aspek ketersediaan semata, namun juga memastikan bahwa infrastruktur yang telah dibangun atau sedang dan akan dibangun diikuti dengan kelayakan yang baik. Sehingga, baik wisatawan maupun warga lokal dapat menikmati perkembangan yang dilakukan oleh para stakeholder pariwisata.

Di sisi lain, masalah yang tidak menjadi prioritas dalam penelitian ini namun menjadi cukup menarik untuk dibahas adalah masalah pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua masalah prioritas pada masalah pelayanan adalah kurangnya informasi restoran halal dan kurangnya informasi tentang hotel syariah. Sama halnya dengan aspek pelayanan prioritas dimana dua sub aspek prioritas pada sub aspek pelayanan adalah restoran halal dan hotel syariah. Pada cluster solusi pelayanan, dua solusi pelayanan yang paling prioritas dalam mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah meningkatkan jumlah dan informasi tentang hotel syariah dan restoran halal.

Berdasarkan temuan ini, maka hendaknya stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam mengatasi masalah keberadaan jumlah hotel syariah dan restoran halal, sehingga wisatawan muslim akan merasa aman dan nyaman untuk melakukan kunjungan serta menikmati hidangan yang tidak diharamkan oleh agama.

Berdasarkan data yang dilansir dari Global Islamic Economy 2018/2019, bahwa Indonesia menghabiskan 170 miliar dollar AS untuk produk makanan halal, atau setara dengan Rp. 2465 triliun. Data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi pertama dari 10 negara dengan jumlah pengeluaran makanan halal terbesar di dunia. Selain itu, Deputy Gubernur Bank Indonesia Dody Budi Waluyo juga mengungkapkan bahwa Indonesia termasuk *leader* dalam Negara konsumen sekaligus produsen di sektor industri halal. Namun sayangnya, industri makanan halal di Indonesia masih belum maksimal, yang diindikasikan dari tidak masuknya Indonesia di dalam 10 besar Negara dengan iklim industri pangan halal terbaik di dunia. Di dalam 10 daftar Negara dengan iklim industri pangan halal terbaik di dunia terdapat Uni Emirat Arab di posisi pertama, kemudian di susul Malaysia, Brazil, Oman, Jordan, Australia, Brunei Darussalam, Pakistan, Sudan dan Qatar. Tentunya amat disayangkan jika Indonesia dengan mayoritas 80% muslim terbesar namun belum menjadi unggul dalam hal pangan halal. Padahal, jika pemerintah serius memaksimalkan potensi pangan halal, maka hal ini turut menjadi landasan bahwa pentingnya keberadaan restoran/makanan halal dalam menunjang terwujudnya pengembangan sektor pariwisata halal di Indonesia.

Penyedia makanan dan minuman dalam wisata halal juga meliputi hotel, restoran, kafe dan jasa boga. Pemerintah perlu menyiapkan undang-undang khusus dalam mengakomodir tercapainya tujuan ini untuk dilakukan oleh para pengusaha di bidang pariwisata. Penyedia makanan dan minuman pada wisata halal wajib menjamin kehalalan makanan/minuman yang disajikan mulai dari penyediaan bahan baku, sampai proses penyajian dan bersertifikat halal dari MUI.

Hasil penelitian ini juga mengemukakan bahwa keberadaan masjid menjadi prioritas terakhir terkait dengan masalah, aspek maupun solusi dalam

mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah kota Pematangsiantar telah cukup baik dalam menyediakan fasilitas tempat ibadah berikut dengan fasilitas penunjangnya seperti misalnya tempat shoalt (mushola atau ruangan khusus untuk sholat), tempat berwudhu' yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, sarana pendukung untuk melaksanakan sholat , dan tempat urinoir yang terpisah antara laki-laki dan perempuan. Pemerintah juga telah memberikan informasi yang cukup jelas dan baik kepada wisatawan maupun penduduk loka terkait dengan lokasi masjid terdekat. Aspek inilah yang menjadikan ketersediaan dan kelayakan masjid tidak menjadi masalah prioritas dalam penelitian ini.

Masalah lainnya adalah masalah pada komunikasi, dimana dua masalah prioritas pada masalah komunikasi adalah lemahnya digital marketing dan kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder. Demikian dengan dua aspek komunikasi yang paling prioritas adalah aspek digital marketing dan edukasi wisata halal untuk stakeholder. Namun demikian, solusi komunikasi yang paling prioritas dalam mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah solusi menguatkan peran digital marketing, solusi menyediakan edukasi wisata halal untuk stakeholder dan menyediakan pemandu wisata dimana kedua solusi ini memiliki tingkat prioritas yang sama. Oleh sebab itu, berdasarkan temuan ini, maka hendaknya stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam menguatkan peran digital marketing, menyediakan edukasi wisata halal untuk stakeholder dan menyediakan pemandu wisata, sehingga wisatawan muslim akan merasa aman dan nyaman untuk melakukan kunjungan wisata halal ke Dana Toba.

Pemandu wisata pada biro perjalanan wisata halal misalnya paling tidak dapat memenuhi persyaratan seperti misalnya:

1. memahamai dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalma menjalankan tugas.

2. memiliki akhlak yang baik, terpuji, komunikatif, ramah, jujur dan bertanggungjawab.
3. berpenampilan sopan sesuai dengan nilai dan etika Islami,
4. memberikan nilai-nilai Islam selama perjalanan wisata; dan
5. memiliki wawasan dan kompetensi yang luas mengenai wisata halal di Kota Pematangsiantar.

Terakhir, dua strategi yang paling prioritas dan dapat menjadi pertimbangan para stakeholder khususnya dalam hal ini adalah pemerintah dan pelaku usaha pariwisata di Kota Pematangsiantar diantaranya adalah melalui pengembangan ekosistem pariwisata dan penerapan destinasi wisata berkelanjutan. Kedua strategi ini dianggap dapat dilakukan dan efektif dalam menyelesaikan masalah pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba menurut pendapat para pakar.

9. Implikasi Kebijakan

Implementasi kebijakan tidak akan dimulai sebelum tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran ditetapkan atau diidentifikasi oleh keputusan-keputusan kebijakan. Implementasi merupakan suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh berbagai aktor sehingga pada akhirnya akan mendapatkan suatu hasil yang sesuai dengan tujuan-tujuan atau sasaran-sasaran kebijakan itu sendiri.

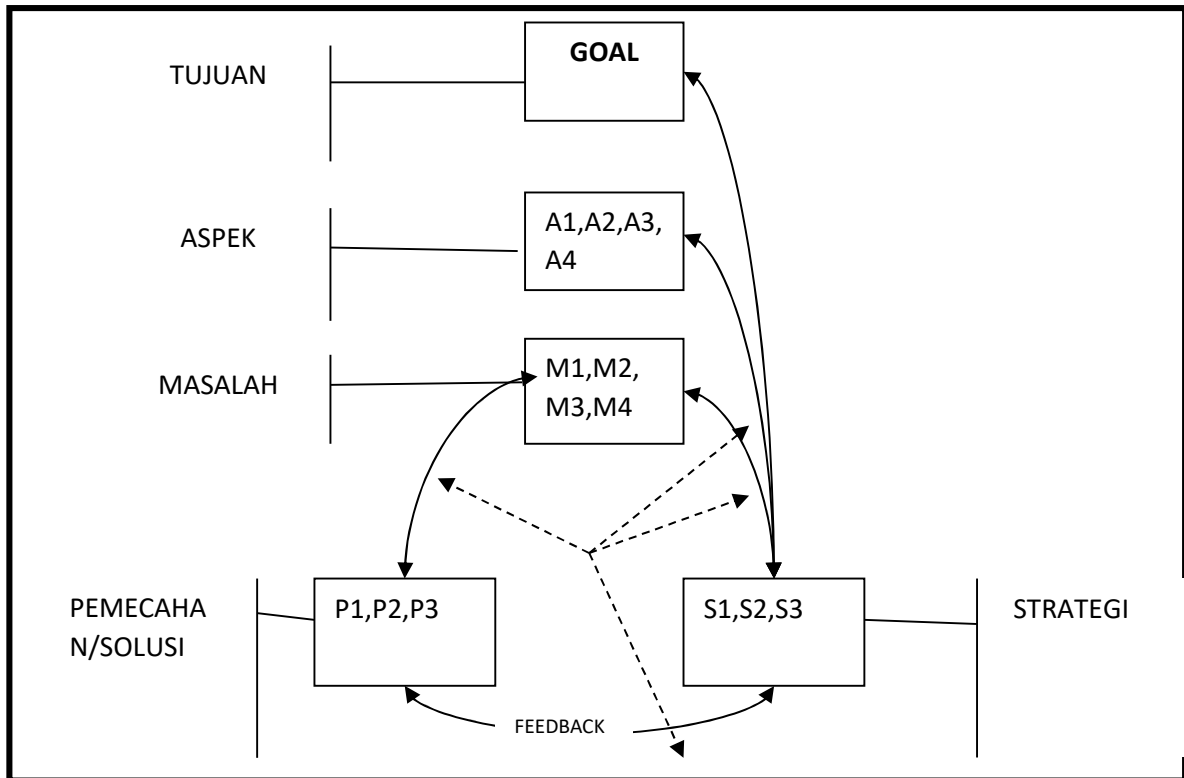
Temuan pada bab 4 dan bab 5 membuktikan bahwa terdapat perbedaan antara Level elemen pada masing-masing cluster yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sub elemen yang berbeda. Implikasinya, harus dilakukan penerapan terhadap setiap sub cluster agar tercapainya Strategi pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar sebagai penyokong destinasi pariwisata prioritas Danau Toba.

Sub dari masing-masing level elemen memiliki perbedaan yang cukup tajam mulai dari pengaruh dan hasil. Namun terhadap semua sub elemen tersebut. Dari Hasil pengolahan data geometrik mean diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dua masalah prioritas dalam pengembangan pariwisata halal Kota

Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah masalah lingkungan dan masalah pelayanan dan access yang memiliki bobot prioritas yang sama. Senada dengan masalah, dua aspek paling prioritas juga meliputi aspek lingkungan dan aspek access.

Demikian halnya dengan solusi, dua solusi paling prioritas dalam mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah solusi lingkungan dan solusi access. Berdasarkan temuan ini, maka hendaknya stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam mengatasi masalah lingkungan dan access di wilayah Pematangsiantar untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan serta menjadikan kota Pematangsiantar sebagai wilayah wisata halal penyokong destinasi pariwisata prioritas Danau Toba menjadi salah satu destinasi wisata halal yang unggul.

Kerangka ANP dalam penentuan kebijakan pengembangan pariwisata halal terdiri dari 5 kluster yakni: tujuan, aspek, masalah, solusi dan strategi. Berikut penjelasan atas lima kluster kerangka ANP di atas:



Gambar 4. 35 : Cluster kerangka ANP

1. Kluster Tujuan

Tujuan utama model yakni menentukan prioritas strategi pengembangan kawasan pariwisata halal yang berdaya saing.

2. Kluster Aspek

Yaitu aspek-aspek yang dijadikan pertimbangan model dalam penyusunan strategi yakni: Access, communication, Environment dan Service

3. Kluster Masalah

Yaitu masalah-masalah dalam pengembangan pariwisata halal antara lain: terbatasnya aksesibilitas, kurangnya aturan dan panduan wisata halal, kurangnya adukasi wisata halal pada *stakeholder*, jangkauan pasar yang terbatas, kurangnya *tour guides*, lemahnya digital marketing, kurangnya pelayanan kedatangan turis, lemahnya komitmen wisata halal, kurangnya jangkauan wi-fi, kurangnya

informasi restoran halal, kurangnya informasi hotel syariah dan kurangnya atraksi wisata halal.

4. Kluster Solusi

Yaitu solusi atas masalah antara lain meningkatkan aksesibilitas, membuat aturan dan panduan yang mendukung wisata halal, meningkatkan edukasi wisata halal pada stakeholder, meluaskan jangkauan pasar wisata, menambah jumlah guide wisata halal, menguatkan digital marketing, meningkatkan pelayanan kedatangan wisatawan, meningkatkan komitmen wisata halal, meningkatkan jangkauan wi-fi, meningkatkan informasi restoran halal, meningkatkan informasi hotel syariah dan meningkatkan atraksi yang mendukung wisata halal.

5. Kluster Strategi

Merupakan kluster alternatif strategi sebagai kebijakan pariwisata halal yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pilihan Strategi sebagai berikut: Pengembangan ekosistem pariwisata halal, pengembangan investasi pariwisata halal, penerapan strategi pariwisata halal yang berkelanjutan, strategi peraturan daerah yang mendukung pariwisata halal, pengembangan aksesibilitas dan konektivitas, strategi pemasaran pariwisata halal dan strategi pengembangan atraksi yang syar'i.

Implikasi kebijakan berdasarkan temuan hasil penelitian disertasi dikemukakan beberapa hal berikut :

Ada 4 Sub elemen pada cluster masalah sesuai dengan urutan prioritas yang menjadi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba semua yaitu: Masalah Akses, masalah Komunikasi, Masalah Lingkungan dan masalah Pelayanan.

Sub elemen pada cluster Masalah Akses sesuai dengan urutan prioritas adalah kelayakan ketersediaan infrastruktur, kelayakan ketersediaan terminal, kelayakan ketersediaan stasiun, dan kelayakan ketersediaan bandara. Namun berdasarkan urutan prioritas, kelayakan ketersediaan infrastruktur dan kelayakan ketersediaan terminal menjadi dua masalah akses utama yang harus diperhatikan oleh stakeholder pariwisata syariah di Pematangsiantar.

Terkait dengan hal pengembangan sektor pariwisata halal di Indonesia dimana salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan sektor pariwisata halal adalah kelayakan ketersediaan infrastruktur. Infrastruktur yang dimaksud meliputi beberapa indikator diantaranya adalah ketersediaan makanan halal, ketersediaan tempat beribadah, ketersediaan toilet yang nyaman dan bersih serta adanya air, ketersediaan fasilitas dan pelayanan selama bulan Ramadhan, tidak adanya makanan haram yang disediakan, aktifitas pribadi yang menyenangkan, etika baik sumber daya manusia yang bekerja di sektor pariwisata syariah serta mudahnya sarana dan prasarana transportasi²⁶⁹.

Infrastruktur yang dibutuhkan dalam mengembangkan pariwisata syariah tidak sebatas pada ketersediaan terminal, atau layanan transportasi semata. Ketersediaan restoran halal, pemandu wisata yang memiliki pemahaman yang baik tentang informasi pariwisata syariah, serta ketersediaan fasilitas untuk beribadah adalah termasuk pada infrastruktur pariwisata syariah²⁷⁰. Senada dengan masalah dari sub elemen pada cluster Masalah akses, dua solusi terpenting dari cluster Solusi akses juga adalah kelayakan ketersediaan infrastruktur dan kelayakan ketersediaan terminal menjadi dua solusi utama yang harus diperhatikan oleh stakeholder pariwisata syariah di Pematangsiantar.

Salah satu kunci sukses pengembangan pariwisata khususnya pariwisata halal adalah terdapatnya asset yang dapat didedikasikan (*dedicated asset*) baik dari pemerintah maupun instansi swasta kepada wisatawan dan masyarakat yaitu transportasi²⁷¹. Keberadaan transportasi umum yang nyaman dan layak dapat memudahkan wisatawan untuk menjangkau tempat-tempat wisata yang tersedia tanpa kebingungan lagi untuk menyewa transportasi secara individual. Benefit ini tentunya tidak hanya dapat dirasakan oleh wisatawan semata, namun juga bagi produsen penyedia layanan jasa pariwisata syariah. Salah satu contohnya adalah, dengan keberadaan infrastruktur transportasi yang nyaman dan layak, maka

²⁶⁹ Devi, A., & Firmansyah, I. (2019). *Developing Halal Travel And Halal Tourism To Promote Economic Growth: A Confirmatory Analysis*. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 193-214.

²⁷⁰ Aan Jaelani. *Industriwisata halal di Indonesia: Potensi dan prospek*, h. 17

²⁷¹ Ab Talib M.S., Hamid A.B.A., Zulfakar M.H., (2015), *Halal supply chain critical success factors: A literature review*, *Journal of Islamic Marketing*, 6 (1), h. 44-71.

produsen dapat mengirimkan produk-produk mereka dari satu tempat ke tempat lainnya.

Lebih luas lagi infrastruktur transportasi tidak hanya sekedar fokus pada memindahkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Bahkan, infrastruktur transportasi yang baik merupakan salah satu strategi untuk dapat menarik investasi asing secara langsung²⁷².

Infrastruktur tidak hanya sebatas pada menyediakan sarana dan prasarana untuk umum semata, namun infrastruktur perlu dibangun lebih bersahabat dan ramah khususnya untuk penyandang disabilitas. Tidak sedikit pembangunan dan pengembangan infrastruktur oleh pemerintah turut mengabaikan hal ini dan menjadi luput dari salah satu program pemerintah. Para wisatawan disable juga memiliki hak yang sama dengan wisatawan lainnya dalam menikmati infrastruktur yang telah disediakan agar turut pula dapat meningkatkan keamanan dan kenyamanan para wisatawan disable²⁷³.

Oleh sebab itulah, stakeholder pariwisata halal di Pematangsiantar perlu mengkaji lebih dalam lagi peluang-peluang infrastruktur yang dapat dibangun serta dikembangkan di wilayah Pematangsiantar. Dengan demikian, kebutuhan para wisatawan akan infrastruktur yang nyaman dan layak dapat terpenuhi dengan paripurna. Pemerintah juga perlu memfasilitas aktifitas perdagangan melalui kelayakan ketersediaan infrastruktur dan transportasi yang baik agar dapat terjadinya aktifitas perdagangan yang lebih luas lagi, atau dengan kata lain, produk-produk lokal dapat dipasarkan secara luas. Hal ini juga dapat menjadi peluang investasi yang baik bagi pemerintah Pematangsiantar untuk dapat menarik investasi baik lokal maupun asing dalam mengembangkan pariwisata syariah di Pematangsiantar.

²⁷² Saidi, S. and Hammami, S. (2011), “*The role of transport and logistics to attract foreign direct investment in the developing countries*”, Logistics (LOGISTIQUA), 2011 4th International Conference in Hammamet, Tunisia, h. 484-489

²⁷³ Daniels, M.J., E. B. Drogin Rodgers, B. P. Wiggins, “<<Travel Tales>>: an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities,” in *Tourism Management*, v. 26, 2005, pp. 919-930. Gunasekaran, A., & Ngai, E. W. T. (2003). *The successful management of a small logistics company*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 33(9), h. 825-842.

Temuan ini memberikan implikasi bagi seluruh stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam mengatasi masalah kesediaan infrastruktur dan kesediaan terminal di wilayah Pematangsiantar sehingga tujuan untuk menjadikan destinasi pariwisata Danau Toba menjadi salah satu destinasi wisata halal yang unggul di Indonesia dapat dicapai. Demikian halnya, tidak hanya memperhatikan aspek ketersediaan semata, namun juga memastikan bahwa infrastruktur yang telah dibangun atau sedang dan akan dibangun diikuti dengan kelayakan yang baik. Sehingga, baik wisatawan maupun warga lokal dapat menikmati perkembangan yang dilakukan oleh para stakeholder pariwisata.

Sub elemen pada cluster Masalah Komunikasi sesuai dengan urutan prioritas adalah lemahnya digital marketing, kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder, kurangnya pemandu wisata untuk muslim, dan kurangnya panduan wisata. Namun berdasarkan urutan prioritas, lemahnya digital marketing dan kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder menjadi dua masalah akses utama yang harus diperhatikan oleh stakeholder pariwisata syariah di Pematangsiantar. Memang tidak diragukan lagi bahwa saat ini teknologi informasi (IT) memiliki peran penting terhadap manajemen supply chain dan logistic di setiap sektor. Informasi teknologi juga disinyalir turut mendukung peran pengembangan sektor pariwisata.

Manajemen sistem informasi dalam supply chain sektor pariwisata memberikan beberapa manfaat yang diantaranya adalah dapat menyediakan informasi yang akurat khususnya bagi wisatawan, penggunaan sumber daya yang efektif dan efisien, serta mengukur kinerja penyedia layanan²⁷⁴. Salah satu sistem informasi yang dapat diadopsi untuk pariwisata syariah adalah melalui pemasaran digital. Pemasaran digital dilakukan dengan memberikan informasi yang holistic terkait dengan produk dan jasa pariwisata syariah mulai dari hulu ke hilir.

Informasi online pada saat ini merupakan pengaruh utama dalam pengambilan keputusan oleh konsumen (dalam hal ini pemakai jasa pariwisata)

²⁷⁴ Gunasekaran, Ngai. (2003), *Information systems in supply chain integration and management*, European Journal of Operation Research, h. 269-295

dalam hampir semua pasar utama. Oleh sebab itu e-marketing diharapkan dapat membuat jalur yang tepat dalam hal memberikan informasi yang efisien dan efektif bagi para calon konsumen. Tren yang ada saat ini mengkondisikan para pelaku industri pariwisata untuk dapat melakukan pemasaran melalui digital marketing. Gaya hidup masyarakat yang bergerak cepat dan bersentuhan langsung dengan internet, menyebabkan model promosi tersebut sangat relevan diaplikasikan baik destinasi wisata maupun pengelola akomodasi pariwisata halal untuk melakukan pemasaran yang baik untuk pariwisata syariah. Namun demikian, strategi komunikasi pemasaran melalui pemasaran digital ini sebaiknya disesuaikan dengan karaktersitik usia dan motivasi perjalanan seseorang dalam berwisata²⁷⁵.

Selain digital marketing, penting juga untuk mengedukasi masyarakat akan kesadaran pentingnya memilih wisata halal, memberikan edukasi tentang pariwisata halal kepada sumber daya manusia menjadi salah satu kunci kesuksesan pengembangan pariwisata halal di suatu daerah²⁷⁶.

Edukasi tidak hanya diberikan kepada masyarakat luas, namun juga kepada pengelola pariwisata halal. Hal ini dapat dilakukan melalui dukungan penuh pemerintah²⁷⁷.

Pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat akan sektor pariwisata halal di Indonesia. Hal ini dapat menambah alternatif pilihan masyarakat calon wisatawan dalam berwisata, serta menambah pula alternatif serta strategi pemasaran pelaku usaha pariwisata dalam meningkatkan omzet penjualan²⁷⁸.

Hal ini tentunya sejalan dengan solusi yang dihasilkan dalam penelitian ini, dimana solusi prioritas dalam pengembangan pariwisata syariah di

²⁷⁵ Nugraha, Y.M. (2018). *Analisis potensi promosi pariwisata halal melalui e-marketing di Kepulauan Riau*. Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti, Vol. 3, No. 2, h. 63-68

²⁷⁶ Devi, A., & Firmansyah, I. . *Developing Halal Travel And Halal Tourism To Promote Economic Growth*. h. 193-214.

²⁷⁷ Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). *Factors affecting Halal purchase intention – Evidence from Pakistan's Halal food sector*. Management Research Review, 38(6), h. 640-660.

²⁷⁸ Winarti, O. (2017). *Halal tourism in Indonesia: Does it attract only muslim tourists*. Jurnal Studi Komunikasi, 1(3), h. 232-239.

Pematangsiantar adalah dengan menguatkan peran digital marketing, memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder, serta menyediakan pemandu wisata.

Sub elemen pada cluster Masalah Lingkungan sesuai dengan urutan prioritas adalah ketidaknyamanan kedatangan turis asing, ketidaknyamanan turis domestic dan ketiadaan wifi, dan kurangnya komitmen pariwisata halal. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dua masalah prioritas pada masalah lingkungan adalah ketidaknyamanan kedatangan turis asing, serta ketiadaan wifi dan ketidaknyamanan kedatangan turis domestic yang memiliki nilai prioritas yang sama. Demikian halnya dengan solusi, dua solusi lingkungan yang paling prioritas dalam mengatasi permasalahan pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba adalah solusi meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing dan domestik. Terdapat beragam cara yang dapat dilakukan oleh para pelaku wisata, pemerintah maupun masyarakat dalam meningkatkan kenyamanan baik turis domestic maupun turis asing.

Kepuasan wisatawan sangat tergantung pada proses yang kompleks dimana peran dari setiap actor pariwisata sangat penting (fundamental) dan harus saling bersinergi antara satu dengan yang lainnya²⁷⁹.

Kemudahan akses transportasi melalui beragam mode transportasi yang tersedia dapat membantu meningkatkan kenyamanan wisatawan, transportasi lokal menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam berkunjung ke suatu tempat wisata²⁸⁰.

Berdasarkan temuan ini, maka hendaknya stakeholder mulai dari pemerintah, praktisi, dan akademisi saling bersinergi dalam mengatasi masalah ketidaknyamanan yang dirasakan oleh wisatawan ini untuk lebih banyak dapat meningkatkan jumlah wisatawan baik wisatawan asing maupun wisatawan

²⁷⁹ Corte, V.D., Sciarrelly, M., Cascella, C., & Gaudio, G.D (2015). Customer Satisfaction in tourist destination: The case of tourism offer in the city of Naples. *Journal of Investment and Management* 2015; 4(1-1) h.: 39-50.

²⁸⁰ Y. K. P. Wan, S. H. J. Chan, "Factors that Affect the Levels of Tourists' Satisfaction and Loyalty towards Food Festivals: a Case Study of Macau," in *International Journal of Tourism Research*, v. 15, 2011, pp. 226-240. Xia, W., Z. Jie, G. Chaolin, Z. Feng, "Examining Antecedents and Consequences of Tourist Satisfaction: A Structural Modeling Approach," in *Tsinghua Science and Technology*, v. 14, 2009, h. 397-406.

domestic sehingga tujuan untuk menjadikan destinasi pariwisata Danau Toba menjadi salah satu destinasi wisata halal yang unggul di Indonesia dapat dicapai.

Terakhir, sub elemen pada Cluster Masalah pelayanan sesuai dengan urutan prioritas adalah kurangnya informasi restoran halal, kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah, kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid, serta kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim. Namun berdasarkan urutan prioritas, kurangnya informasi restoran halal dan kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah menjadi dua faktor utama yang harus diperhatikan oleh stakeholder pariwisata syariah di Pematangsiantar.

Penelitian yang dilakukan oleh Awan, Siddiquei, dan Haider (2014) terkait dengan sektor makanan halal di Pakistan menunjukkan hasil bahwa salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam wisata syariah adalah terdapatnya sektor makanan halal. Saat ini masih terdapat beberapa kendala di beberapa Negara khususnya Negara non Muslim dalam menarik minat wisatawan lokal maupun asing. Dalam penelitiannya, meskipun Pakistan dikategorikan sebagai Negara Muslim, namun sektor makanan halal serta informasi restoran halal menjadi salah satu pertimbangan penting wisatawan Muslim. Di Pakistan itu sendiri, tidak melarang beberapa restoran menyiapkan makanan berbahan haram seperti babi, darah, dan sebagainya²⁸¹. Oleh sebab itu, harapan wisatawan sangat besar terhadap para stakeholder pariwisata syariah adalah memastikan bahwa setiap restoran dapat memfasilitas wisatawan dengan informasi makanan halal mengingat masih minimnya informasi yang diberikan kepada wisatawan. Oleh sebab itulah, masalah ini tidak hanya terjadi di Negara-negara lainnya, namun juga Negara dengan penduduk mayoritas Muslim yaitu Indonesia.

Sertifikasi halal pada restoran-restoran yang berada di tempat pariwisata syariah menjadi sangat penting dan menjadi salah satu bahan pertimbangan wisatawan untuk makan disana²⁸².

Oleh sebab itulah, mengingat restoran halal masih menjadi masalah pada pengembangan wisata di Pematangsiantar, maka pemerintah daerah Pematang

²⁸¹ Awan, *Factors affecting Halal purchase intention*. h. 640-660.

²⁸² Awan, *Factors affecting Halal purchase intention*. h. 640-660.

Siantar juga dirasa perlu memperhatikan aspek sertifikasi halal pada setiap restoran yang ada di wilayah Pematangsiantar. Selain itu, pemerintah dalam hal ini selaku pemangku kebijakan perlu bersikap tegas seperti misalnya mewajibkan pelaku usaha kuliner di Pematangsiantar untuk memiliki sertifikasi halal pada restoran yang dikelolanya.

Pentingnya sertifikasi halal dalam pengembangan sektor pariwisata syariah khususnya pada sektor makanan. Sertifikasi halal meliputi jaminan akan kehalalan suatu makanan, aman untuk dikonsumsi, kepercayaan dalam proses mengelola makanan hingga siap saji, bersih dan sehat, dan keterbukaan dalam setiap proses penyajiannya²⁸³.

Senada dengan masalah dari sub elemen pada cluster Masalah pelayanan, dua solusi terpenting dari cluster Solusi Pelayanan juga adalah menyediakan informasi restoran halal dan memberikan informasi serta meningkatkan kenyamanan hotel syariah menjadi dua solusi utama yang harus diperhatikan oleh stakeholder pariwisata syariah di Pematangsiantar. Dalam menyebarkan informasi terkait dengan restoran halal dan hotel syariah, pentingnya peran promosi terkait dengan makanan halal dengan memperluas promosi penjualan serta melibatkan peran selebriti endorsement. Hal ini dianggap dapat lebih efektif dalam menyebarkan informasi restoran halal kepada wisatawan selain itu juga dapat meningkatkan penjualan usaha²⁸⁴.

Penyedia layanan restoran halal serta hotel syariah perlu juga untuk meningkatkan kualitas dan diversifikasi produk-produk di restorannya. Hal ini disinyalir juga dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan para wisatawan khususnya di Pematangsiantar.

Guna tercapainya pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba, khususnya dalam semua elemen level, dukungan semua pihak sangat diperlukan. Sinergi kerjasama antara pemerintah setempat yang saling mendukung. Penelitian ini mengemukakan hasil bahwa Ekosistem dan Destinasi menjadi dua strategi penting

²⁸³ Nakyinsige, K., CheMan, Y.B. and Sazili, A.Q. (2012), "Halal authenticity issues in meat and meat products", *Meat Science*, Vol. 91 No. 3, h. 207-214.

²⁸⁴ Awan, *Factors affecting Halal purchase intention*. h. 640-660.

dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba. Ekosistem pariwisata halal menurut Vernon Prieto, seorang pelaku usaha agen perjalanan di Surabaya sebagaimana dikutip pada laman mindanaotimes.com bahwa terdapat empat criteria yang perlu diikuti dalam pengembangan pariwisata halal yaitu akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan. Hal ini sejalan pula dengan hasil penelitian ini yang mengemukakan terdapat empat aspek utama dalam pengembangan pariwisata halal di Pematangsiantar. Lebih lanjut, pariwisata halal tidak hanya sekedar sesuai dengan unsur-unsur lokal semata, namun juga harus sejalan dan sesuai dengan standard internasional.

Talib, Hamid dan Zulfakar (2015) memperkenalkan *critical success factor* (faktor sukses yang penting) dalam hal manajemen supply chain pariwisata halal yaitu diantaranya adalah dukungan pemerintah, asset infrastruktur, teknologi informasi, manajemen sumber daya, huubungan yang kolaboratif (sinergi), sertifikasi halal, serta sistem untuk melacak produk-produk halal mulai dari hulu ke hilir²⁸⁵. Mulai dari mendapatkan bahan baku, hingga menyajikan produk ke tangan konsumen. *Critical success factor* sangat lekat kaitannya pula dengan ekosistem pariwisata halal yang dapat dibangun oleh pemerintahan setempat di Pematangsiantar untuk mewujudkan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba.

²⁸⁵ Talib M.S, *Halal supply chain critical success factors*: h. 71.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan dua kesimpulan utama yaitu diantaranya adalah:

1. Terdapat empat level utama dalam menemukan strategi pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba, yaitu level masalah, level aspek, level solusi dan level strategi. Masing-masing level memiliki sub kriteria yang sama, yaitu level masalah memiliki empat sub kriteria yaitu masalah akses, masalah komunikasi, masalah lingkungan dan masalah pelayanan. Demikian halnya dengan level aspek juga memiliki empat sub kriteria, yaitu aspek akses, aspek komunikasi, aspek lingkungan dan aspek pelayanan. Sub kriteria pada level solusi juga memiliki empat sub kriteria, yaitu solusi akses, solusi komunikasi, solusi lingkungan dan solusi pelayanan. Sub elemen pada cluster masalah sesuai dengan urutan prioritas adalah masalah lingkungan, masalah pelayanan, masalah akses, dan masalah komunikasi. Sedangkan sub elemen pada cluster masalah akses sesuai dengan urutan prioritas adalah kelayakan ketersediaan infrastruktur, kelayakan ketersediaan terminal, kelayakan ketersediaan stasiun, dan kelayakan ketersediaan bandara. Sub elemen pada cluster masalah komunikasi sesuai dengan urutan prioritas adalah lemahnya digital marketing, kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder, kurangnya pemandu wisata untuk muslim, dan kurangnya panduan wisata. Sub elemen pada cluster masalah lingkungan sesuai dengan urutan prioritas adalah ketidaknyamanan kedatangan turis asing, ketidaknyamanan turis domestic dan ketiadaan wifi, dan kurangnya komitmen pariwisata halal. Terakhir, sub elemen pada cluster masalah pelayanan sesuai dengan urutan prioritas adalah kurangnya informasi restoran halal, kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah, kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid, serta kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim. Sub elemen pada cluster aspek sesuai dengan urutan prioritas adalah aspek lingkungan, aspek akses, aspek

pelayanan, dan aspek komunikasi. Sub elemen pada cluster aspek akses sesuai dengan urutan prioritas adalah kesediaan terminal, kesediaan infrastruktur, kesediaan bandara dan kesediaan stasiun. Sub elemen pada cluster aspek komunikasi sesuai dengan urutan prioritas adalah edukasi wisata, digital marketing, pemandu wisata, dan panduan wisata. Sub elemen pada cluster aspek lingkungan sesuai dengan urutan prioritas adalah kedatangan turis asing, kedatangan turis domestic, kesediaan wifi, dan komitmen. Sub elemen pada cluster aspek pelayanan sesuai dengan urutan prioritas adalah resto halal, hotel, atraksi dan masjid.

2. Sub elemen pada cluster solusi sesuai dengan urutan prioritas adalah solusi lingkungan, solusi akses, solusi pelayanan dan solusi komunikasi. Sub elemen pada cluster solusi akses sesuai dengan urutan prioritas adalah meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal, meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur, meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara, dan meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun. Sub elemen pada cluster solusi komunikasi sesuai dengan urutan prioritas adalah menguatkan peran digital marketing, memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder, menyediakan pemandu wisata, dan menyediakan panduan wisata untuk muslim. Sub elemen pada cluster solusi lingkungan sesuai dengan urutan prioritas adalah meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing, meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestic, menyediakan wifi, dan meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi. Terakhir, sub elemen pada cluster solusi pelayanan sesuai dengan urutan prioritas adalah menyediakan informasi restoran halal dan hotel syariah, meningkatkan kenyamanan dan ketersediaan masjid, serta meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.
3. Strategi pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba yang paling prioritas adalah pengembangan ekosistem, pariwisata lalu diikuti oleh penerapan destinasi pariwisata berkelanjutan, pengembangan aksesibilitas dan

konektifitas, pengembangan investasi pariwisata, pengembangan amenitas, dan strategi yang dianggap paling tidak penting adalah pengembangan atraksi.

B. Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian terbagi menjadi dua, yaitu rekomendasi praktis dan rekomendasi akademis. Rekomendasi praktis ditujukan untuk regulator pariwisata syariah (khususnya pemda/pemkot Pematangsiantar) dan pelaku usaha. Sedangkan rekomendasi akademis ditujukan untuk akademisi khususnya untuk pengembangan penelitian di bidang pariwisata halal.

Rekomendasi praktis diantaranya adalah:

1. Hendaknya masyarakat luas khususnya di Pematangsiantar '*aware*' terhadap faktor-faktor dalam pengembangan pariwisata halal diantaranya adalah yang terkait dengan faktor akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan.
2. Pemerintah, praktisi pariwisata di Pematangsiantar, para akademisi hendaknya mengembangkan ekosistem pariwisata halal di wilayah Pematangsiantar. Dalam hal ini, para stakeholder perlu mempersiapkan tidak hanya dari ketersediaan infrastruktur serta sarana dan prasarana, namun juga perlu mempersiapkan SDM lokal yang mumpuni serta dapat bersinergi untuk menciptakan brand halal pada pariwisata di Pematangsiantar. Tanpa dukungan dari SDM yang baik dan kompeten dalam mengelola wilayah Pematangsiantar menjadi sentra pariwisata halal maka terasa akan sangat sulit untuk mengembangkan pariwisata halal di Pematangsiantar
3. Jika para stakeholder sudah memiliki kesiapan baik dalam hal regulasi, teknologi, hingga kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang mumpuni untuk memberikan serta menyajikan pariwisata yang menarik dan halal bagi para wisatawan, maka stakeholder juga dapat menerapkan strategi yang kedua yaitu destinasi.
4. Selain beberapa hal diatas, para stakeholder khususnya pemerintah hendaknya memperhatikan lebih serius terkait dengan ketersediaan akses dan konektifitas guna memberikan pelayanan yang maksimal bagi para

wisatawan di daerah Pematangsiantar. Di era digital saat ini, hampir setiap wisatawan memiliki telepon genggam yang difungsikan selain untuk mengabadikan moment berharga saat melakukan kunjungan, namun juga untuk berpartisipasi aktif di media sosial. Tanpa kehadiran konektifitas yang baik, maka tentunya wisatawan berpikir dua kali untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan para provider dalam menyiapkan sarana dan prasarana terkait dengan konektifitas teknologi.

5. Pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba tidak hanya menjadi tugas utama bagi pemerintah setempat maupun para pengusaha dan akademisi. Masyarakat kota Pematangsiantar dapat berkontribusi dan berperan langsung dalam mewujudkan pariwisata halal di kota Pematangsiantar. Peran masyarakat yang dapat dilakukan seperti misalnya, menyediakan fasilitas penunjang, mengawasi pelaksanaan wisata halal, dan menyampaikan informasi dan memberikan masukan kepada pemerintah daerah terkait dengan penyelenggaraan wisata halal.
6. Masyarakat di Pematangsiantar khususnya umat Islam perlu juga memahami mengenai bentuk pasar, potensi pasar, peluang dan tantangan, strategi, dan faktor-faktor pengembangan pariwisata halal, sehingga dapat mengembangkan pariwisata halal secara mandiri, tanpa harus menunggu arahan dari pemerintah.

Sedangkan rekomendasi akademis diantaranya adalah:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan informasi terbaru dan lebih detail lagi tentang bentuk pasar, aspek pasar, masalah peluang dan tantangan, strategi, dan faktor-faktor pengembangan pariwisata halal khususnya Kota Pematangsiantar, sehingga dapat menjadi penyangga destinasi Pariwisata Danau Toba. Dengan demikian, sumber-sumber kepustakaan untuk pariwisata halal Danau Toba akan semakin kaya dan beragam.

2. Penelitian berikutnya dapat memasukkan variabel/elemen literasi pariwisata halal;
3. Penelitian berikutnya dapat menyorot lebih dalam tentang kebijakan pengembangan pariwisata halal Kota Pematangsiantar;
4. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan lagi lebih rinci terkait dengan model pariwisata halal.

C. Keterbatasan Penelitian

Sebagaimana umumnya suatu penelitian, penelitian ini memiliki keterbatasan. Berikut ini akan dibahas satu persatu keterbatasan penelitian.

1. Keterbatasan literatur, Dalam membangun konstruksi model ANP salah satu cara adalah dengan kajian pustaka, namun dengan baru nya teori pariwisata halal ini peneliti mengalami kesulitan dalam mencari jurnal-jurnal internasional yang sesuai dengan judul penelitian yang di lakukan.
2. Keterbatasan cakupan wilayah domisili Pakar dan Praktisi yang menjadi Responden.

Dalam Penelitian ini Pakar dan Praktisi yang menjadi responden semua berdomisili di Pematangsiantar. Keinginan peneliti dapat mencakup Pakar dan Praktisi yang berdomisili di seluruh Indonesia, sehingga mendapat cakupan penelitian yang lebih luas, namun demikian sesuai dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari strategi terbaik dalam pengembangan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas Danau Toba maka peneliti hanya fokus pada pakar dan praktisi yang berdomisili di wilayah penelitian, yaitu Pematangsiantar.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J, Mulyadi. 2012. Kepariwisata dan Perjalanan, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- A.S Moenir. 1992. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta : Bumi Aksara.
- A.W. Widjaja. 2000. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ab Talib M.S., Hamid A.B.A., Zulfakar M.H., (2015), Halal supply chain critical success factors: A literature review, Journal of Islamic Marketing.
- Absori, 2006, Deklarasi Pembangunan Berkelanjutan Implikasinya Di Indonesia. Jurnal Ilmu Hukum. Vol. 9.
- Absori, 2007,Advokasi Masyarakat Dalam Penyelesaian Senketa Lingkungan Hidup Di Jaten, Kabupaten Karanganyar. Warta, Vol. 10. No. 1.
- Achmad Firdaus, Masalah Performa, K-Media: Yogyakarta 2017.
- Adidaya, Yoza Achmad. 2016. Halal in Japan: History, Issues and Problems. Departement of Culture Studies and Oriental Language. University of Solo.
- Aerodromes, Annex 14 to The Convention on International Civil Aviation, Vol 1: Aerodrome Design and Operations, International Civil Aviation Organization (ICAO), Montreal, Canada, 1990.
- Agung Purnama Budi, Manajemen Marketing Perhotelan, (Yogyakarta, CV Andi Offside, 2013).
- Ahmad Saepudin, Analisis Perbandingan Hotel dan Pariwisata Syariah dan Konvensional, Makalah, Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis, diselenggarakan oleh Magister Manajemen Syariah Bogor: Institut Pertanian Bogor, Februari 2014.
- Ahmadi dan Hermawan. 2013. E-Business & E-Commerce. Yogyakarta: Andi.
- Alamsyah, Alik Ansyori. 2003. Rekayasa Jalan Rel. Malang : Bayu Media
- Al-Aziz, Sulthoni. 2000. Rehabilitasi Mental Terhadap Wanita Tuna Susila Melalui Pendidikan Agama Islam di Panti Sosial Karya Wanita

- (WanitaUtama) Laweyan-Surakarta. Skripsi Tarbiyah. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Al-Baghawi , Syarh al-Sunnah, jilid 1, hal. 364, al-Bayhaqi , Syu'ab al-Iman, jilid. 9, hal. 255, dan Ibn al-Mubarak, al-Zuhd wa alRaqa'iq, jilid 2.
- Alim Sumarno. 2012. Penelitian Kausalitas Komparatif. Surabaya: elearningunesa.
- Al-Qurthubi Abu Abdullah Muhammad Al-Anshari, Al-Jami' Li Al-Ahkam al-Quran, (Dar al-Kutub al Ilmiah, Beirut, 1993 M, juz 3).
- Al-Qurthubi. Tafsir Al-Qurthuby. Bairut: Daar Ihya al-Turats al-Aroby, Juz 18.
- Al-Raghib al-Alashfihani, Mu'jam al-Quran Li Alfaz al-Quran, (Dar Fikr, Beirut, 1989 M).
- Ascarya, "Analytic Network Process (ANP): Pendekatan Baru Studi Kualitatif", (Makalah, tidak diterbitkan, 2005).
- Atep Adya Barata. (2003). Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta : Elex Media Kompetindo.
- Atik,dan ratminto. 2005. Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention – Evidence from Pakistan's Halal food sector. Management Research Review.
- Battour, M., M.N. Ismail. 2014. The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism.
- Bovy, M.Baud and Lawson, Fred R. (1998). Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design. Oxford: Architectural Press.
- Bungin, Burhan. 2015. Komunikasi Pariwisata. Jakarta: Prenada Group.
- Canning, David and Peter Pedroni. 2004. "Infrastructure and Long Run Economic Growth." University of Belfast.
- Chaffey, Dave; Chadwick, Fiona Ellis; Mayer, Richard; dan Johnston, Kevin. 2009. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Jakarta: Prentice Hall/Financial Times.

- Chafid Fandeli, *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*, (Yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada, 1995).
- Chookaew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*.
- Comcec, *Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries*, (Turkey: Comcec Coordination Office, 2016).
- Corte, V.D., Sciarelly, M., Cascella, C., & Gaudio, G.D (2015). Customer Satisfaction in tourist destination: The case of tourism offer in the city of Naples. *Journal of Investment and Management* 2015.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4).
- Craig dan Grant. 1996. *Manajemen Strategi*, Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Dadang Rizki Ratman, *Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas 2016-2019*, slide presentasi disampaikan pada Rapat Koordinasi Nasional Kementerian Pariwisata, Jakarta, 27 Januari 2016.
- Dahlan Abdul Azis, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. ke-1 (Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996).
- Daniels, M.J., E. B. Drogin Rodgers, B. P. Wiggins, “<<Travel Tales>>: an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities,” in *Tourism Management*, v. 26, 2005. Gunasekaran, A., & Ngai, E. W. T. (2003). The successful management of a small logistics company. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
- Depari, Edward & Collin Mac Andrew, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan Suatu Kumpulan Karangan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1982.

- Departemen Agama, Al-Qur'an dan Tejemahnya (bandung: Penerbit Diponegoro, 2005).
- Departemen Kehutanan. 2007. Peraturan Menteri Kehutanan No. P.03/Menhut-II/2007 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Taman Nasional. Departemen Kehutanan. Jakarta.
- Devi, A., & Firmansyah, I. (2019). Developing Halal Travel And Halal Tourism To Promote Economic Growth: A Confirmatory Analysis. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*.
- Dimitri, L. K. & Debbage, K. G., (1998). *The Economic Geography Of the Tourist Industri*. New York: Routledge.
- Din Abdul Kadir, The Ideal Islamic Tourism Packaging: Identifying Its Essential Ingredient, slide presentation, Sintok: College of Law Government International Studies.
- Dini Andriani dkk., Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah, Deputi Bidang Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata, 2015.
- Dr. Rohi Baalbaki, Al Mawrid A Modern Arabic English Dictionary, dar al Ilm Almalayin, Beirut, 1995.
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi Publishing, 1997).
- Global Muslim Travel Index. (2015, 2016, 2017, 2018). *Global Muslim Travel Index*. Singapore: CrescentRating & Mastercard.
- Gunasekaran, Ngai. (2003), *Information systems in supply chain integration and management*, *European Journal of Operation Research*.
- Gunn. Clare A. and Var. 2002. *Tourism Planning: Basics Concepts Cases*. London : Routledge.
- Hakim, Luchman, *Dasar dasar Ekowisata*, (Malang : Bayumedia Publishing, 2004).
- Handinoto. 1999. "perletakan Stasiun Kereta Api dalam Tata Ruang Kota-kota di Jawa (Khususnya Jawa Timur) pada Masa Kolonial". *Dimensi Teknik Arsitektur*. Vol.27 No.2. Desember. 1999.

- Harum .M.Husein, Lingkungan Hidup Masalah Pengelolaan Dan Penegakan Hukumnya, Bumi Angkasa, Jakarta, 1995.
- Heidrick and Struggles. (2009). The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis.
- Helpris Estaswara, Stakeholder Relation, (Jakarta ; Universitas Pancasila, 2010).
- Henner, H. F. 2000. Infrastructure et Development un bilan. Mondes en Developpment.
- Heru Frianto Simanjuntak dkk., Analisis Pengembangan Objek Wisata Pemandian Manigom di Kabupaten Simalungun, dalam jurnal Peronema Forestry Science Journal Universitas Sumatera Utara, Vol. 4, Nomor 4, 2015.
- Hery Sucipto dan F Andayani, Wisata Syariah (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014).
- HR. Bukhori, bab: keutamaan shalat di masjid al-Haram dan Masjid Nabawi, 4/376. Bairut. Lebanon.
- I Gde Pitana, I Ketut S D, Pengantar Ilmu Pariwisata, (Yogyakarta: Andi, 2009).
- Inskeep Edward (1991). Tourism and Planning An Integrated And Sunstaintable Development Approach. New York : Van Norstand Reinhold.
- Iqbal Alamsjah, Paparan Kementerian Pariwisata RI untuk KLDi ke-6 2016, dalam Wonderful Indonesia, (Yogyakarta: 2016).
- Irwanto, Focused Group Discussion (FGD) : Sebuah Pengantar Praktis, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006).
- J. Honing. 1981. Ilmu Bangunan Jalan Kereta Api. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Jauch, Lawrence R. dan William F. Glueck. 1999. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan. Jakarta: Erlangga.
- John M. Echols and Hassan Shadily, Kamus Indonesia Inggris, PT. Gramedia, Jakarta, 2010.
- Kamarudin, L. M. (2013). Islamic Tourism: The Impacts to Malaysia's Tourism Industri. Pro1ceedings of International Conference on Tourism Development.
- Kelompok Kerja Kemenpar, Laporan Penelitian Pengembangan Wisata Syariah (Jakarta: Kemenpar RI, 2015).

- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2014. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Jakarta.
- Khambali I, 2017, Manajemen Penanggulangan Bencana, Yogyakarta: Andi Offset.
- Kodoatie, Robert J. 2005. Pengantar Manajemen Infrastruktur. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2008). Marketing Management. International Edition. Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Kovjanic, G. (2014). Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development. Turizam Vol 18.
- Kovjanic, G. (2014). Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development. Turizam Vol 18.
- Lasswell, Harold. 1960. The Structure and Function of Communication in Society, Urbana: University of Illinois Press.
- Lia Afriza, Holili Abadi, Pengaruh Atraksi Pariwisata Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Cimaja Cikakak Sukabumi, dalam Jurnal Tourism Selenlifie Journal Vol. 1 Nomor 1 (Program Studi Manajemen Pariwisata, STIEPAR Yapari Aktripa Bandung, 2015).
- Luthans, Fred. 1995. Organizational Behavior. Sixth edition. McGraw-Hill International Edition. Management series. New York.
- Maloud Shakona et. al., Understanding the traveling behavior of Muslims in the United States, dalam jurnal International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 9.
- Mankiw, Gregory N., 2003, Teori Makroekonomi, Edisi Kelima, Alih Bahasa : Imam Nurmawan, SE., Erlangga, Jakarta.
- Mardalis, Metode Penelitian; Suatu Pendekatan Proposal, cet. 10, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).
- Marsum W.A (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya. Yogyakarta: Percetakan Andi.

- Mastercard & HalalTrip. (2017). Muslim Millennial Travel Report 2017. Singapore: Mastercard & HalalTrip.
- Mevlüt Akyol dan Özgür Kiliç (2014), Internet and Halal Tourism Marketing, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Summer 2014.
- Michael James, Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, (Jakarta: Ghalia, 2001).
- Mihalic, T. 2000. Environmental Management of A Tourist Destination. A Factor of Tourism Competitiveness. Tourism Management Vol 21 (1).
- Mill, Robert Christie. 2000. Tourism, The International Business: Terjemahan Tri Budi Satrio. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo.
- Mohammad Mufid, Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer: dari teori ke aplikasi, Prenadamedia Group: Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro, Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi, Ed. 6, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN).
- Muhammad, Lembaga Perekonomian Islam Perspektif Hukum, Teori dan Aplikasi, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017).
- Murphy P.E (1985). Tourism A Community Approach. Metheun. New York.
- Nadjamuddin Ramly, Pesona Jakarta: Kota Wisata Ramah Lingkungan, (Jakarta: Grafindo Khazanah Ilmu Jakarta, 2007).
- Nailu Rahman. (n.d.). perspektif Stakeholders Terhadap Obyek Dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo.
- Nakyinsige, K., CheMan, Y.B. and Sazili, A.Q. (2012), "Halal authenticity issues in meat and meat products", Meat Science, Vol. 91 No. 3.
- Ngatawi al Zaztrow dalam Heri Sucipto dan Fitria Andayani, Wisata Syariah; Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangannya, (Jakarta: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014).
- Nugraha, Y.M. (2018). Analisis potensi promosi pariwisata halal melalui e-marketing di Kepulauan Riau. Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti, Vol. 3, No. 2.
- Nur Hidayat, 2016, Bio Proses Limbah Cair, Yogyakarta: Andi Offset.

- Nuriata, Tata. 1995. Pemanduan Wisata. Depdikbud. Jakarta Peraturan Menpostel Republik Indonesia, Nomor KM.82/PW.102/MPPT-88.
- Oggy Tresna M et. al., Halal Town as Innovation for Tourism, dalam Proceedings of 55th The IRES International Conference, Seoul, South Korea, 30th-31st December 2016, ISBN: 978-93-86291-71-4.
- Oraphan Chanin et. al., Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Coast of Thailand, dalam Journal of Economics, Business and Management, Vol. 3, No. 8, August 2015
- Pahrul Irfan dan Apriani, analisa strategi pengembangan E-Tourism sebagai promosi pariwisata di Pulau Lombok, dalam jurnal ILKOM Jurnal Ilmiah, Volume 9 Nomor 3 Desember 2017.
- Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 1998 SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. Journal Of Retailing Vol. 64 No. 1.
- Pendit, N.S. 2003. Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita.
- Peraturan Gubernur Nusa Tenggara Barat Nomor 51 Tahun 2015 tentang Wisata Halal.
- Peraturan Menteri Perhubungan Nomor : PM 29 Tahun 2011 tentang Persyaratan Teknis Bangunan Stasiun Kereta Api.
- Pitana, I Gde dan Gayatri, G Putu, Sosiologi Pariwisata, Andi Offset, Yogyakarta, 2005.
- Piyachat Puangniyom dkk., Halal Tourism Strategy to Promote Sustainable Cultural Tourism in Thailand, 2017 CEBU International Conference on Studies in Arts, Social Sciences and Humanities (SASSH-17) Jan. 26-27, 2017, Cebu (Philippines).
- Primadany, Ryalita Sefira, Mardiyono, Riyanto. 2013. Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 4.

- Priyadi, U. dkk. (2012). *Potensi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Syariah di Kabupaten Sleman*, Tim Peneliti : Unggul Priyadi, yazid, eko atmaji. *Potensi dPengembangan Desa Wisata berbasIs Syariah Di Kabupaten Sleman*.
- Ribot, J.C and Peluso, N.L. 2003. *A Theory of Access. Rural Sociology*.
- Sadyohutomo, M. 2008. *Manajemen Kota dan Wilayah*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Said Quthub, Fizhila Li al-Quran, (Dar Syuruq, Cairo, 2001 M), juz 5 .
- Saidi, S. and Hammami, S. (2011), “The role of transport and logistics to attract foreign direct investment in the developing countries”, *Logistics (LOGISTIQUA)*, 2011 4th International Conference in Hammamet, Tunisia.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, cet. 9, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).
- Sampelan, Shinta N. 2015. *Pramuwisata Di Kota Manado*. *Jurnal Holistik Tahun VIII No. 15 / Januari – Juni 2015*.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan, (2009). *Creative Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Schemerhom Jhon R. 1999. *Manajemen di terjemahkan oleh M. Purnama, Putranata dan Surya Dharma, Edisi ke satu, Yogyakarta : Andi*.
- Schlager E, Ostrom E. 1992. *Property-rights regimes and natural resources: A conceptual analysis*. *Land Economics* 68(3).
- Senova, A. (2016). *Literasi media sebagai strategi komunikasi tim sukses melawan kemenangan pemilihan*. *Jurnal Kajian Komunikasi*. 4 (2).
- Shalah Ibnu, et. al., *Ulum al-Hadis* (Dar Fikr, Damaskus, 1998).
- Shihab M. Quraish, *Tafsir Al-Misbâh*, Vol 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2005).
- Siahaan N.H.T. *Hukum lingkungan dan ekologi pembangunan*, Jakarta, Erlangga , 2004.
- Sidi Gazalba, *Mesjid Pusat Ibadah dan Kebudayaan Islam*. (Jakarta: Pustaka Al-Husna, Cetakan V, 1989).
- Siti Anis Laderlah, Suhaimi Ab Rahman, Khairil Awang, Yaakob Che Man. (2011) *Study on Islamic Tourism:A Malaysian Experience*. 2nd

International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences
IPEDR vol. IACSIT Press, Singapore.

Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai
Systemic Linkage, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

SofyanRiyanto, ProspekBisnisPariwisataSyariah,(Jakarta:Republika, 2012).

Spillane J.J,1987,Pariwisata Indonesia SejarahdanProspeknya, Yogyakarta,
Kanisius.

Steers, R. M., & Porter, L. W. 1983. Motivation and Work Behavior. Edisi Ke-3.
New York : McGraw Hill Book Company.

Stiglitz, Joseph E. 2000. Economic of The Public Sector, Third Edition. London:
W.W. Norton and Company Ltd.

Stoner, James A.F, 2010. Manajemen, Jakarta : Airlangga.

Suherlan, A. (2011). Laporan Akhir Analisa Wisatawa Timur Tengah.

Sujali, Geografi Pariwisata dan Kepariwisataan, (Yogyakarta: Fakultas MIPA
Universitas Gadjah Mada, 1989).

Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep
dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta : Gava Media.

Suwantoro, Gamal. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Andi. Yogyakarta.

T. Sumarnonugroho, Sistem Investasi Kesejahteraan Sosial, (Yogyakarta:
Hanindita, 1987).

Tatom, J.A (1993), Paved with Good Intentions; the Mythical National
Infrastructure Crisis Policy Analysis. Washington.D.C, Cato Institute.

Timothy, D.J., dan Olsen, H. Tourism, religion and spiritual journeys. (Oxford:
Routledge, 2006).

Todaro,MP., dan Smith, SC., (2006). Pembangunan Ekonomi Ed ke-9.
(Terjemahan) Erlangga, Jakarta.

Tohir Bawazir, Panduan Praktis Wisata Syariah. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar,
2013).

Tri, Kuntoro Priyambodo dan Dodi, Heriadi. 2005. Jaringan Wi-Fi. Yogyakarta :
Andi.

- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 tahun 1992 Pasal 19 tentang Perkeretaapian.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Undang-Undang RI Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
- Urban, Glen (2004) Digital Marketing Strategy. Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey. USA.
- Widagdyo, Kurniawan Gilang. 2015. Analisis Pasar Pariwisata Indonesia. The Journal of Tauhidinomics Vol 1 No1.
- Winarti, O. (2017). Halal tourism in Indonesia: Does it attract only muslim tourists. Jurnal Studi Komunikasi.
- WTO, (2004), Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guide Book. World Tourism Organization. Madrid, Spain.
- Y. K. P. Wan, S. H. J. Chan, "Factors that Affect the Levels of Tourists' Satisfaction and Loyalty towards Food Festivals: a Case Study of Macau," in International Journal of Tourism Research, v. 15, 2011, pp. 226-240.
- Xia, W., Z. Jie, G. Chaolin, Z. Feng, "Examining Antecedents and Consequences of Tourist Satisfaction: A Structural Modeling Approach," in Tsinghua Science and Technology, v. 14, 2009.
- Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya Paramita: Jakarta.
- Yuliani, 2013. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kominfo (Disbudpar) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Pampang Kota Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 3.
- Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. C. (2009). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The cases of Iran and Saudi Arabia. International Journal of Tourism Research, 12(1).

SUMBER INTERNET

Aan Jaelani, Industri wisata halal di Indonesia: Potensi dan prospek, dalam Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Paper Nomor 76237, tahun 2017, Available at:

https://www.researchgate.net/publication/312465032_Industri_wisata_halal_di_Indonesia_Potensi_dan_prospek

Alwafi Ridho Subarkah. Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat) Jurnal Sospol, Vol 4 No 2 (Juli – Desember 2018).

<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/sospol/article/view/5979/6094>

Ammer Ibnoe, Manfaat Rihlah Untuk Meningkatkan Ketaqwaan dalam Halal Tourism Indonesia. The Halal Wonders

<https://wisatahalal.com/2018/12/25/manfaat-rihlah-berwisata-untuk-meningkatkan-ketaqwaan/>

Arif Yahya ‘Menteri pariwisata’ [http://www.bkn.go.id/berita/menteri-pariwisata-2016-target-kunjungan-12-juta-wisatawan-mancanegara-dan-260-juta-wisatawan nusantara](http://www.bkn.go.id/berita/menteri-pariwisata-2016-target-kunjungan-12-juta-wisatawan-mancanegara-dan-260-juta-wisatawan-nusantara)

Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <http://www.bps.go.id/>

Badan Pusat Statistik Kota Pematangsiantar: Kota Pematangsiantar Dalam Angka 2018.

<https://siantarkota.bps.go.id/publication/2018/08/16/8123b86f3db30eeef1c82299/kota-pematangsiantar-dalam-angka-2018.html>

Brojonegoro, B. (2016). Kepala Bappenas Bambang: Daerah harus kompak bantu pariwisata. Retrieved from

<http://lifestyle.liputan6.com/read/2672032/kepalabappenas-bambang-daerah-harus-kompak-bantu-pariwisata>

Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Aceh: Sekilas tentang wisata Halal.

<https://disbudpar.acehprov.go.id/sekilas-tentang-wisata-halal/>

- Ditjen PKKH (Direktorat Jenderal Pengendalian Kerusakan Keanekaragaman Hayati), Badan Pengendalian Dampak Lingkungan. 2001. Kriteria Pengembangan Ekowisata di Taman Nasional dalam rangka pengendalian kerusakan keanekaragaman hayati di Taman Nasional dan Taman Wisata Alam. Jakarta. www.ekowisata_indonesia.ekowisata.org
- Diyanet Isleri Baskanligi (2011). Helal (The Halal). Retrieved from <http://www.diyamet.gov.tr/turkish/dy/DiniBilgilerDetay.aspx?ID=1884>.
- Gulen, F. (2011). Helal lokma ve iffetli nesiller (Halal bite and virtuous generations). Retrieved from: http://www.herkul.org/kiriktesti/index.php?view=article&article_id=4597
- Haidar Tsany Alim, et. all. Analisis Potensi Pariwisata Syariah Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif Di Jawa Tengah Dan Yogyakarta, dalam <http://eprints.undip.ac.id/45828/1/Artikelpdf>
- Harry:Wisata Halal jadi pendorong industry halal Indonesia <https://pasardana.id/news/2019/11/15/wisata-halal-jadi-pendorong-industri-halal-indonesia/>
- Herry Drajat. 2019: 7 Syarat Menjadi Destinasi MICE. <https://venuemagz.com/feature/7-syarat-menjadi-destinasi-mice/>
- Hidayatulah Himawan. Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009) ISSN: 1979-2328 UPN "Veteran" Yogyakarta, 23 Mei 2009 E-215. E-TOURISM : Antara Konsep dan Implementasi Dalam Mendukung Industri Pariwisata Indonesia. <https://media.neliti.com/media/publications/175155-ID-e-tourism-antara-konsep-dan-implementasi.pdf>
- Ijaj, A. 2011. Halal concept & brands. Retrieved from <http://halal-brands.blogspot.fi>
- Kaelani HD, penelitian pariwisata dalam perspektif Islam.: www.digilib.ui.edu/
- KBBI, 2016 : Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://www.kamusbesar.com/wisatawan-domestik>

Kemenpar. Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia. <http://www.kemenpar.go.id>

Kementrian Pariwisata RI : Rencana Strategis 2018-2019. http://eperformance.kemenpar.go.id/dokumen/3Buku%20RENSTRA%202018-2019_Revisi%204_opt.pdf

Kusnadi et. al., “ Implementasi Metode Analytic Network Proses Untuk Penentuan Prioritas Penanganan Jalan Berdasarkan Tingkat Pelayanan Jalan,” dalam Jurnal Sistem isformasi bisnis, h. 107 <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jsinbis/article/download/10509/pdf>

Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019: Indonesia and Malaysia Take the Top Positions in the Fast Growing Muslim Travel Market <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2019-indonesia-and-malaysia-take-the-top-positions-in-the-fast-growing-muslim-travel-market/>

Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019: Indonesia dan Malaysia Mengambil Posisi Teratas di Pasar Perjalanan Muslim yang Berkembang Pesat. <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2019-indonesia-and-malaysia-take-the-top-positions-in-the-fast-growing-muslim-travel-market/>

Maulana Hamzah dan Yudi Yudiana, Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional. <http://catatanek18.blogspot.co.id/2015/02/analisiskomparatif-potensiindustri.html>

Mentari Puspa Wardani dan Nur Azizah Nasution, Kontribusi Pengembangan Pariwisata Danau Toba melalui Skema BOP (Badan Otorita Pariwisata) Bagi Masyarakat di Sekitar Danau Toba, dalam <https://www.researchgate.net/publication/311451871>

Menteri Perhubungan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 31 Tahun 1995
Tentang : Terminal Transportasi Jalan Bab I. Pasal 1,2
file:///C:/Users/PC/Downloads/km31tahun1995.pdf

MUI . Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang :
Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.
<https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah>

Nabillah ayunni. Evolution of Muslim Traveler Faith based service Needs.
<https://www.crescentrating.com/magazine/muslim-travel/4000/evolution-of-muslim-traveler-faith-based-service-needs.html>

Noviasyahidah. 25 jan 2017: Apa Sih Wisata Halal?..
<https://www.kompasiana.com/noviasyahidah/588872073097731407c94ce7/apa-sih-wisata-halal?page=all>

Nur Fatin. 12 juni 2016: Pengertian Dan Fungsi Bandar Udara.
<http://seputarpengertian.blogspot.com/2016/06/pengertian-dan-fungsi-bandar-udara.html>

PemprovSU: Dokumen Profil Pengembangan Kawasan Strategis - Resume Kawasan Danau Toba
file:///C:/Users/PC/Downloads/Dokumen%20Profil%20Pengembangan%20Kawasan%20Strategis%20-%20Resume%20Kawasan%20Danau%20Toba.pdf

Pengertian Definisi: Pengertian Wireless Menurut Para Ahli.
<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-wireless-menurut-para-ahli/>

Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia NO 2 Thn 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah
file:///C:/Users/PC/Downloads/SALINAN%20PERMEN%20TENTANG%20PEDOMAN%20HOTEL%20SYARIAH.pdf

Rosana, F. C. (2018, Juni 8). Berwisata Halal di Indonesia, Ini Uang Belanja Turis Timur Tengah. Retrieved from Tempo.co:
<https://travel.tempo.co/read/1096535/berwisata-halal-di-indonesia-ini-uang-belanja-turis-timur-tengah>

Samori, Z., Md Salleh, N.Z. dan Khalid, M.M. Current Trends in Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. Dalam Jurnal Tourism Management Perspectives, Volume 19, Part B, July 2016, Pages 131-136. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>

setzer munavizt. Pemandu Wisata (Tour Guiding). <http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com/2010/04/pemanduan-wisata-kode-etik-pramuwisata.html>

Suryomurti (2014), Kriteria Wisata Halal – Hotel Syari’ah. <http://www.wikusuryomurti.com/mengenal-hotel-syariah/>

Teras Media. Pengertian Internet. <http://www.termasmedia.com/65-pengertian/71-pengertian-internet.html>

Tourism Review. (2013, April 01), from Tourism-Review: <http://www.tourism-review.com/indonesia-launches-sharia-tourism-projectsnews3638>

Wikipedia, Kota Pematangsiantar: https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Pematangsiantar

Wordpress : Membangun Infrastruktur Pariwisata

<https://msyarifh88.wordpress.com/2013/04/01/membangun-infrastruktur-pariwisata/>

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER ANP

Ykh. Bapak/Ibu Responden
di tempat

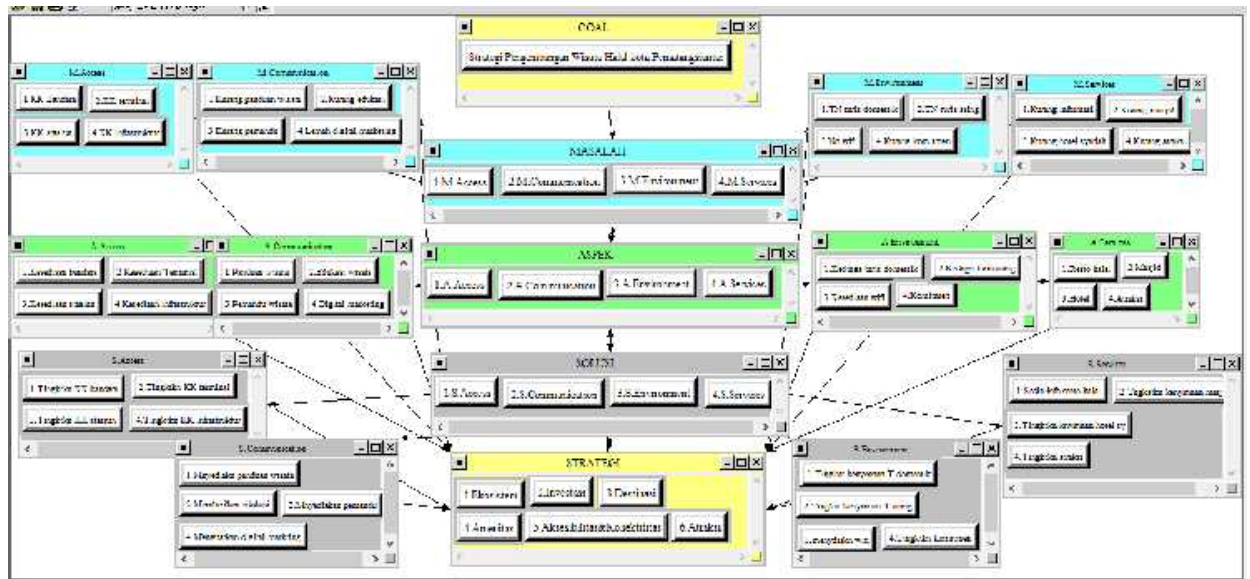
Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Saya Hefriyansyah sedang melakukan riset disertasi tentang Analisis Pengembangan Potensi pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas danau Toba. Kuesioner ini merupakan kelanjutan dari hasil indepth interview yang telah Saya lakukan kepada Bapak/Ibu beberapa waktu yang lalu. Setelah disusun modelling, maka kami hasilkan kuesioner berikut. Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian terhadap berbagai aspek berikut dengan memberikan tanda check list () pada pilihan Bapak/Ibu.

Terima kasih yang mendalam atas kerjasama dan partisipasinya.

Wassalam

MODEL KERANGKA ANP DALAM SOFTWARE SUPERDECISION



PETUNJUK PENGISIAN

Pada tabel dibawah ini, responden diminta untuk memberikan penilaian dengan skala 1-9 (lihat skala penilaian) pada kolom skala dengan memberi tanda centang (). Misal,

Dari keempat pilihan dibawah ini, saya menempatkan **Access dan Services SANGAT PENTING** sebagai faktor penentu meningkatkan pariwisata halal kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas danau Toba, sehingga saya memberikan skala 8, sedangkan **Communication** dianggap **PENTING**, sehingga saya memberikan skala 5.

Tabel 1.[illegible]

SKALA PENILAIAN

SKALA PENILAIAN	SKALA NUMERIK
AMAT SANGAT PENTING/BERPENGARUH/RELEVAN	9
	8
SANGAT PENTING/BERPENGARUH/RELEVAN	7
	6
PENTING/BERPENGARUH/RELEVAN	5
	4
KURANG PENTING/BERPENGARUH/RELEVAN	3
	2
TIDAK PENTING/BERPENGARUH/RELEVAN	1

1. Berdasarkan TUJUAN “Strategi Pengembangan Wisata Halal di kota Pematangsiantar sebagai penyangga destinasi pariwisata prioritas danau Toba”, bandingkan elemen-elemen pada cluster “MASALAH” dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M.Access									
M.Communication									
M.Environment									
M.Services									

2. Berdasarkan elemen “MASALAH ACCESS”, bandingkan elemen-elemen pada cluster “MASALAH ACCESS” dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

5. Berdasarkan elemen **“MASALAH COMMUNICATION”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

ASPEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A.Access									
A.Communication									
A.Environment									
A.Services									

6. Berdasarkan elemen **“MASALAH ENVIRONMENT”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH ENVIRONMENT”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH ENVIRONMENT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik									
2.Ketidaknyamanan kedatangan turis asing									
3.Ketiadaan wi-fi di stasiun dan terminal									
4.Kurangnya komitmen pariwisata halal									

7. Berdasarkan elemen **“MASALAH ENVIRONMENT”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

10. Berdasarkan elemen **“ASPEK ACCESS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK ACCESS”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

11. Berdasarkan elemen **“ASPEK ACCESS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“SOLUSI”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

SOLUSI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
S.Access									
S.Communication									
S.Environment									
S.Services									

12. Berdasarkan elemen **“ASPEK COMMUNICATION”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK COMMUNICATION”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

16. Berdasarkan elemen **“ASPEK SERVICES”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK SERVICES”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

ASPEK SERVICES	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Resto halal									
2.Masjid									
3.Hotel syariah									
4.Atraksi									

17. Berdasarkan elemen **“ASPEK SERVICES”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“SOLUSI”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

SOLUSI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
S.Access									
S.Communication									
S.Environment									
S.Services									

18. Berdasarkan elemen **“SOLUSI ACCESS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M.Access									
M.Communication									
M.Environment									
M.Services									

19. Berdasarkan elemen **“SOLUSI ACCESS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

22. Berdasarkan elemen **“SOLUSI COMMUNICATION”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M.Access									
M.Communication									
M.Environment									
M.Services									

23. Berdasarkan elemen **“SOLUSI COMMUNICATION”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

24. Berdasarkan elemen “**SOLUSI COMMUNICATION**”, bandingkan elemen-elemen pada cluster “**SOLUSI COMMUNICATION**” dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

25. Berdasarkan elemen **“SOLUSI COMMUNICATION”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“STRATEGI** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

26. Berdasarkan elemen **“SOLUSI ENVIRONMENT”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

27. Berdasarkan elemen **“SOLUSI ENVIRONMENT”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

28. Berdasarkan elemen **“SOLUSI ENVIRONMENT”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“SOLUSI ENVIRONMENT”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

SOLUSI ENVIRONMENT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis domestic									
2. Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing									
3.Menyediakan wi-fi di stasiun dan terminal									
4. Meningkatkan komitmen pariwisata halal									

29. Berdasarkan elemen **“SOLUSI ENVIRONMENT”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“STRATEGI** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

STRATEGI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Ekosistem									
2. Investasi									
3. Destinasi									
4. Amenitas									
5. Aksesibilitas dan Konektifitas									
6. Atraksi									

30. Berdasarkan elemen **“SOLUSI SERVICES”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

33. Berdasarkan elemen **“SOLUSI SERVICES”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“STRATEGI** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

34. Berdasarkan elemen **“EKOSISTEM”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

35. Berdasarkan elemen **“EKOSISTEM”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

[illegible]

36. Berdasarkan elemen **“EKOSISTEM”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

SOLUSI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
S.Access									
S.Communication									
S.Environment									
S.Services									

37. Berdasarkan elemen **“INVESTASI”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M.Access									
M.Communication									
M.Environment									
M.Services									

38. Berdasarkan elemen **“INVESTASI”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

ASPEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A.Access									
A.Communication									
A.Environment									
A.Services									

39. Berdasarkan elemen **“INVESTASI”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

43. Berdasarkan elemen **“AMENITAS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M.Access									
M.Communication									
M.Environment									
M.Services									

44. Berdasarkan elemen **“AMENITAS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

ASPEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A.Access									
A.Communication									
A.Environment									
A.Services									

45. Berdasarkan elemen **“AMENITAS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

SOLUSI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
S.Access									
S.Communication									
S.Environment									
S.Services									

46. Berdasarkan elemen **“AKSESIBILITAS DAN KONEKTIFITAS”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M.Access									
M.Communication									
M.Environment									
M.Services									

47. Berdasarkan elemen **“AKSESIBILITAS DAN KONEKTIFITAS”**,
bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut
tingkat pengaruhnya!

ASPEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A.Access									
A.Communication									
A.Environment									
A.Services									

48. Berdasarkan elemen **“AKSESIBILITAS DAN KONEKTIFITAS”**,
bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut
tingkat pengaruhnya!

SOLUSI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
S.Access									
S.Communication									
S.Environment									
S.Services									

49. Berdasarkan elemen **“ATRAKSI”**, bandingkan elemen-elemen pada
cluster **“MASALAH”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

MASALAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M.Access									
M.Communication									
M.Environment									
M.Services									

50. Berdasarkan elemen **“ATRAKSI”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

ASPEK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A.Access									
A.Communication									
A.Environment									
A.Services									

51. Berdasarkan elemen **“ATRAKSI”**, bandingkan elemen-elemen pada cluster **“ASPEK”** dibawah ini menurut tingkat pengaruhnya!

SOLUSI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
S.Access									
S.Communication									
S.Environment									
S.Services									

TERIMAKASIH

LAMPIRAN II: HASIL NILAI NORMALIZED BY CLUSTER DAN LIMITING PER RESPONDEN

Name	RESPONDEN 1		RESPONDEN 2		RESPONDEN 3		RESPONDEN 4		RESPONDEN 5	
	Normalized By Cluster	Limiting	Normalized By Cluster	Limiting	Normalized By Cluster	Limiting	Normalized By Cluster	Limiting	Normalized By Cluster	Limiting
1.Kesediaan bandara	0.076920	0.002987	0.333330	0.019190	0.296810	0.007785	0.455420	0.018256	0.100010	0.003322
2.Kesediaan Terminal	0.307690	0.011948	0.166670	0.009595	0.485190	0.012726	0.140870	0.005647	0.300000	0.009965
3.Kesediaan stasiun	0.307690	0.011948	0.166670	0.009595	0.109000	0.002859	0.140870	0.005647	0.300000	0.009965
4.Kesediaan infrastruktur	0.307690	0.011948	0.333330	0.019190	0.109000	0.002859	0.262830	0.010536	0.300000	0.009965
1.Panduan wisata	0.087360	0.003698	0.333330	0.013597	0.277180	0.008106	0.083350	0.001793	0.200000	0.006015
2.Edukasi wisata	0.384920	0.016294	0.333330	0.013597	0.467290	0.013666	0.083350	0.001793	0.400000	0.012030
3.Pemandu wisata	0.142780	0.006044	0.166670	0.006799	0.095440	0.002791	0.416650	0.008963	0.200000	0.006015
4.Digital marketing	0.384940	0.016295	0.166670	0.006799	0.160100	0.004682	0.416650	0.008963	0.200000	0.006015
1.Kedtnga turis domestik	0.307690	0.012745	0.300000	0.011579	0.285720	0.006619	0.312500	0.022431	0.109110	0.006512
2.Kedngn turis asing	0.307690	0.012745	0.300000	0.011579	0.142840	0.003309	0.312500	0.022431	0.350920	0.020943
3.Kesediaan wifi	0.307690	0.012745	0.100010	0.003860	0.285720	0.006619	0.312500	0.022431	0.189060	0.011283
4.Komitmen	0.076920	0.003186	0.300000	0.011579	0.285720	0.006619	0.062500	0.004486	0.350920	0.020943
1.Resto halal	0.238870	0.011891	0.285710	0.010116	0.333330	0.007344	0.307690	0.011996	0.359270	0.017746
2.Masjid	0.238870	0.011891	0.285710	0.010116	0.333330	0.007344	0.307690	0.011996	0.199920	0.009875
3.Hotel	0.088610	0.004411	0.285710	0.010116	0.166670	0.003672	0.076920	0.002999	0.359270	0.017746
4.Atraksi	0.433660	0.021588	0.142860	0.005058	0.166670	0.003672	0.307690	0.011996	0.081530	0.004027
1.A.Access	0.225280	0.050269	0.334000	0.074528	0.260530	0.052456	0.232570	0.051896	0.192710	0.043002
2.A.Communication	0.245590	0.054801	0.236660	0.052809	0.290510	0.058492	0.124810	0.027849	0.174480	0.038933
3.A.Environment	0.240320	0.053624	0.223930	0.049967	0.230110	0.046332	0.416440	0.092924	0.346240	0.077261
4.A.Services	0.288810	0.064445	0.205410	0.045836	0.218850	0.044063	0.226180	0.050470	0.286560	0.063944
1.KK Bandara	0.069580	0.001428	0.300000	0.008478	0.300000	0.006454	0.375000	0.008280	0.064970	0.001378
2.KK terminal	0.245570	0.005040	0.300000	0.008478	0.099990	0.002151	0.375000	0.008280	0.146620	0.003110
3.KK stasiun	0.245570	0.005040	0.100000	0.002826	0.300000	0.006454	0.125000	0.002760	0.238930	0.005068
4.KK infrastruktur	0.439290	0.009016	0.300000	0.008478	0.300000	0.006454	0.125000	0.002760	0.549480	0.011655

1.Kurang panduan wisata	0.300000	0.009048	0.423610	0.009680	0.088600	0.001596	0.083320	0.000991	0.199980	0.002522
2.Kurang edukasi	0.300000	0.009048	0.227040	0.005188	0.238880	0.004303	0.083320	0.000991	0.400050	0.005045
3.Kurang pemandu	0.100000	0.003016	0.122310	0.002795	0.433630	0.007811	0.416680	0.004956	0.199980	0.002522
4.Lemah digital marketing	0.300000	0.009048	0.227040	0.005188	0.238880	0.004303	0.416680	0.004956	0.199980	0.002522
1.TN turis domestik	0.250000	0.005441	0.285720	0.006653	0.200000	0.002734	0.395020	0.016272	0.088600	0.002655
2.TN turis asing	0.250000	0.005441	0.285720	0.006653	0.400000	0.005468	0.395020	0.016272	0.238870	0.007158
3.No wifi	0.250000	0.005441	0.142840	0.003326	0.200000	0.002734	0.162650	0.006700	0.433660	0.012995
4.Kurang komitmen	0.250000	0.005441	0.285720	0.006653	0.200000	0.002734	0.047310	0.001949	0.238870	0.007158
1.Kurang informasi	0.400000	0.009920	0.300000	0.006856	0.400000	0.005568	0.250000	0.005520	0.277180	0.009274
2.Kurang masjid	0.100000	0.002480	0.300000	0.006856	0.200000	0.002784	0.250000	0.005520	0.160080	0.005356
3.Kurang hotel syariah	0.100000	0.002480	0.300000	0.006856	0.200000	0.002784	0.250000	0.005520	0.467300	0.015635
4.Kurang atraksi	0.400000	0.009920	0.099990	0.002285	0.200000	0.002784	0.250000	0.005520	0.095430	0.003193
1.M.Access	0.211040	0.026568	0.290590	0.036583	0.320540	0.043025	0.227040	0.028583	0.218110	0.027459
2.M.Communication	0.310130	0.039043	0.234990	0.029584	0.268380	0.036024	0.122330	0.015400	0.129700	0.016328
3.M.Environment	0.223810	0.028176	0.239430	0.030143	0.203680	0.027340	0.423590	0.053327	0.308140	0.038793
4.M.Services	0.255030	0.032106	0.234990	0.029584	0.207400	0.027839	0.227040	0.028583	0.344050	0.043314
1.Tingtkn KK bandara	0.285710	0.005314	0.300000	0.008369	0.099980	0.001476	0.423570	0.007992	0.105410	0.001618
2.Tingtkn KK terminal	0.285710	0.005314	0.300000	0.008369	0.300010	0.004429	0.227050	0.004284	0.189390	0.002907
3.Tingtkn KK stasiun	0.142860	0.002657	0.100010	0.002790	0.300010	0.004429	0.122320	0.002308	0.189390	0.002907
4.Tingtkn KK infrastruktur	0.285710	0.005314	0.300000	0.008369	0.300010	0.004429	0.227050	0.004284	0.515800	0.007917
1.Mnyediakn panduan wisata	0.166680	0.003752	0.250000	0.004981	0.142830	0.002227	0.100040	0.001017	0.166640	0.002133
2.Memberikan edukasi	0.333320	0.007503	0.250000	0.004981	0.285720	0.004455	0.100040	0.001017	0.333360	0.004267
3.Mnyediakan pemandu	0.166680	0.003752	0.250000	0.004981	0.285720	0.004455	0.399960	0.004066	0.166640	0.002133
4.Menguatkan digital marketing	0.333320	0.007503	0.250000	0.004981	0.285720	0.004455	0.399960	0.004066	0.333360	0.004267
1.Tingkat kenymnan T.domestik	0.300010	0.005971	0.285710	0.005168	0.400000	0.003328	0.288790	0.010165	0.285710	0.008189
2.Tingkat kenymnan T.asing	0.300010	0.005971	0.285710	0.005168	0.200000	0.001664	0.476210	0.016762	0.285710	0.008189
3.menydiakn wifi	0.300010	0.005971	0.142860	0.002584	0.200000	0.001664	0.175940	0.006193	0.142870	0.004095
4.Tingtkn komitmen	0.099980	0.001990	0.285710	0.005168	0.200000	0.001664	0.059060	0.002079	0.285710	0.008189
1.Sedia info resto halal	0.250000	0.005521	0.250000	0.004297	0.333330	0.002768	0.250000	0.004717	0.375000	0.009858
2.Tngkatkn kenymnan masjid	0.250000	0.005521	0.250000	0.004297	0.333330	0.002768	0.250000	0.004717	0.125000	0.003286

3.Tingtkn knymnan hotel sy	0.250000	0.005521	0.250000	0.004297	0.166670	0.001384	0.250000	0.004717	0.375000	0.009858
4.Tingtkn atraksi	0.250000	0.005521	0.250000	0.004297	0.166670	0.001384	0.250000	0.004717	0.125000	0.003286
1.S.Access	0.223830	0.048159	0.335700	0.072228	0.314240	0.059052	0.227040	0.048850	0.184710	0.039742
2.S.Communication	0.270880	0.058283	0.239780	0.051590	0.331900	0.062370	0.122320	0.026319	0.154030	0.033140
3.S.Environment	0.239530	0.051537	0.217670	0.046834	0.177110	0.033283	0.423590	0.091138	0.344920	0.074213
4.S.Services	0.265750	0.057179	0.206850	0.044506	0.176750	0.033215	0.227040	0.048850	0.316340	0.068063
1.Ekosistem	0.154760	0.012860	0.176760	0.014689	0.172640	0.045188	0.166670	0.013850	0.318330	0.026453
2.Investasi	0.184700	0.015348	0.174670	0.014515	0.176500	0.046198	0.166670	0.013850	0.110760	0.009204
3.Destinas	0.184700	0.015348	0.174670	0.014515	0.169160	0.044276	0.166670	0.013850	0.183030	0.015210
4.Amenitas	0.156640	0.013017	0.174670	0.014515	0.165300	0.043267	0.166670	0.013850	0.098320	0.008170
5.Aksesibilitas&Konektifitas	0.154760	0.012860	0.171310	0.014236	0.160010	0.041881	0.166670	0.013850	0.205050	0.017040
6.Atraksi	0.164450	0.013666	0.127920	0.010630	0.156390	0.040935	0.166670	0.013850	0.084510	0.007023

ASPEK ACCESS	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN	W			ASPEK ACCESS
1.Kesediaan bandara	0.077	0.333	0.297	0.455	0.100	0.203	6.80%		1.Kesediaan bandara	0.203
2.Kesediaan Terminal	0.308	0.167	0.485	0.141	0.300	0.254			2.Kesediaan Terminal	0.254
3.Kesediaan stasiun	0.308	0.167	0.109	0.141	0.300	0.188			3.Kesediaan stasiun	0.188
4.Kesediaan infrastruktur	0.308	0.333	0.109	0.263	0.300	0.245			4.Kesediaan infrastruktur	0.245
ASPEK COMMUNICATION	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				ASPEK COMMUNICATION
1.Panduan wisata	0.087	0.333	0.277	0.083	0.200	0.168	8%		1.Panduan wisata	0.168
2.Edukasi wisata	0.385	0.333	0.467	0.083	0.400	0.289			2.Edukasi wisata	0.289
3.Pemandu wisata	0.143	0.167	0.095	0.417	0.200	0.180			3.Pemandu wisata	0.180
4.Digital marketing	0.385	0.167	0.160	0.417	0.200	0.243			4.Digital marketing	0.243
ASPEK ENVIRONMENT	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				ASPEK ENVIRONMENT
1.Kedatangan turis domestik	0.308	0.300	0.286	0.313	0.109	0.246	7.60%		1.Kedatangan turis domestik	0.246
2.Kedatangan turis asing	0.308	0.300	0.143	0.313	0.351	0.270			2.Kedatangan turis asing	0.270
3.Kesediaan wifi	0.308	0.100	0.286	0.313	0.189	0.220			3.Kesediaan wifi	0.220
4.Komitmen	0.077	0.300	0.286	0.063	0.351	0.171			4.Komitmen	0.171
ASPEK SERVICES	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				ASPEK SERVICES
1.Resto halal	0.239	0.286	0.333	0.308	0.359	0.302	6%		1.Resto halal	0.302
2.Masjid	0.239	0.286	0.333	0.308	0.200	0.269			2.Masjid	0.269
3.Hotel	0.089	0.286	0.167	0.077	0.359	0.163			3.Hotel	0.163
4.Atraksi	0.434	0.143	0.167	0.308	0.082	0.192			4.Atraksi	0.192
ASPEK	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				ASPEK
1.A.Access	0.225	0.334	0.261	0.233	0.193	0.245	13.60%		1.A.Access	0.245
2.A.Communication	0.246	0.237	0.291	0.125	0.174	0.206			2.A.Communication	0.206
3.A.Environment	0.240	0.224	0.230	0.416	0.346	0.282			3.A.Environment	0.282

4.A.Services	0.289	0.205	0.219	0.226	0.287	0.243			4.A.Services	0.243
MASALAH ACCESS	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				MASALAH ACCESS
1.Kelayakan dan kesediaan bandara	0.070	0.300	0.300	0.375	0.065	0.172	5.16%		1.Kelayakan dan kesediaan bandara	0.172
2.Kelayakan dan kesediaan terminal	0.246	0.300	0.100	0.375	0.147	0.210			2.Kelayakan dan kesediaan terminal	0.210
3.Kelayakan dan kesediaan stasiun	0.246	0.100	0.300	0.125	0.239	0.186			3.Kelayakan dan kesediaan stasiun	0.186
4.Kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.439	0.300	0.300	0.125	0.549	0.307			4.Kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.307
MASALAH COMMUNICATION	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				MASALAH COMMUNICATION
1.Kurang panduan wisata untuk muslim	0.300	0.424	0.089	0.083	0.200	0.180	5.78%		1.Kurang panduan wisata untuk muslim	0.180
2.Kurang edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.300	0.227	0.239	0.083	0.400	0.222			2.Kurang edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.222
3.Kurang pemandu wisata	0.100	0.122	0.434	0.417	0.200	0.213			3.Kurang pemandu wisata	0.213
4.Lemah digital marketing	0.300	0.227	0.239	0.417	0.200	0.267			4.Lemah digital marketing	0.267
MASALAH ENVIRONMENT	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				MASALAH ENVIRONMENT
1.Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik	0.250	0.286	0.200	0.395	0.089	0.219	2.80%		1.Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik	0.219
2.Ketidaknyamanan kedatangan turis asing	0.250	0.286	0.400	0.395	0.239	0.306			2.Ketidaknyamanan kedatangan turis asing	0.306
3.Ketiadaan wifi	0.250	0.143	0.200	0.163	0.434	0.219			3.Ketiadaan wifi	0.219
4.Kurang komitmen pariwisata halal	0.250	0.286	0.200	0.047	0.239	0.174			4.Kurang komitmen pariwisata halal	0.174
MASALAH SERVICES	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				MASALAH SERVICES
1.Kurangnya informasi restoran halal	0.400	0.300	0.400	0.250	0.277	0.319	8%		1.Kurangnya informasi restoran halal	0.319
2.Kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid	0.100	0.300	0.200	0.250	0.160	0.189			2.Kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid	0.189
3.Kurangnya informasi dan kenyamanan	0.100	0.300	0.200	0.250	0.467	0.234			3.Kurangnya informasi dan kenyamanan	0.234

hotel syariah								hotel syariah	
4.Kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.400	0.100	0.200	0.250	0.095	0.180		4.Kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.180
MASALAH	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN			MASALAH
1.M.Access	0.211	0.291	0.321	0.227	0.218	0.250	2.80%	1.M.Access	0.250
2.M.Communication	0.310	0.235	0.268	0.122	0.130	0.199		2.M.Communication	0.199
3.M.Environment	0.224	0.239	0.204	0.424	0.308	0.270		3.M.Environment	0.270
4.M.Services	0.255	0.235	0.207	0.227	0.344	0.250		4.M.Services	0.250
SOLUSI ACCESS	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN			SOLUSI ACCESS
1.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara	0.286	0.300	0.100	0.424	0.105	0.207	0.228	1.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan bandara	0.207
2.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal	0.286	0.300	0.300	0.227	0.189	0.256		2.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan terminal	0.256
3.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun	0.143	0.100	0.300	0.122	0.189	0.158		3.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan stasiun	0.158
4.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.286	0.300	0.300	0.227	0.516	0.313		4.Meningkatkan kelayakan dan kesediaan infrastruktur	0.313
SOLUSI COMMUNICATION	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN			SOLUSI COMMUNICATION
1.Menyediakan panduan wisata untuk muslim	0.167	0.250	0.143	0.100	0.167	0.158	12.80 %	1.Menyediakan panduan wisata untuk muslim	0.158
2.Memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.333	0.250	0.286	0.100	0.333	0.240		2.Memberikan edukasi wisata halal untuk stakeholder	0.240
3.Mnyediakan pemandu wisata	0.167	0.250	0.286	0.400	0.167	0.240		3.Mnyediakan pemandu wisata	0.240
4.Menguatkan peran digital marketing	0.333	0.250	0.286	0.400	0.333	0.316		4.Menguatkan peran digital marketing	0.316
SOLUSI ENVIRONMENT	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN			SOLUSI ENVIRONMENT
1.Meningkatkan kenyamanan kedatangan	0.300	0.286	0.400	0.289	0.286	0.309	20.80	1.Meningkatkan kenyamanan kedatangan	0.309

turis domestik							%		turis domestik	
2.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing	0.300	0.286	0.200	0.476	0.286	0.298			2.Meningkatkan kenyamanan kedatangan turis asing	0.298
3.Menydiakn wifi	0.300	0.143	0.200	0.176	0.143	0.185			3.Menydiakn wifi	0.185
4. Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi	0.100	0.286	0.200	0.059	0.286	0.157			4. Meningkatkan komitmen pariwisata halal dengan regulasi	0.157
SOLUSI SERVICES	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				SOLUSI SERVICES
1.Menyediakan informasi restoran halal	0.250	0.250	0.333	0.250	0.375	0.287	8.80%		1.Menyediakan informasi restoran halal	0.287
2.Meningkatkan kenyaman dan ketersediaan masjid	0.250	0.250	0.333	0.250	0.125	0.231			2.Meningkatkan kenyaman dan ketersediaan masjid	0.231
3.Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel sy	0.250	0.250	0.167	0.250	0.375	0.250			3.Memberikan informasi dan meningkatkan kenyamanan hotel sy	0.250
4.Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.250	0.250	0.167	0.250	0.125	0.201			4.Meningkatkan atraksi yang menarik minat wisatawan muslim	0.201
SOLUSI	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				SOLUSI
1.S.Access	0.224	0.336	0.314	0.227	0.185	0.251	4.40%		1.S.Access	0.251
2.S.Communication	0.271	0.240	0.332	0.122	0.154	0.210			2.S.Communication	0.210
3.S.Environment	0.240	0.218	0.177	0.424	0.345	0.267			3.S.Environment	0.267
4.S.Services	0.266	0.207	0.177	0.227	0.316	0.234			4.S.Services	0.234
STRATEGI	R1	R2	R3	R4	R5	GEOMEAN				STRATEGI
1.Ekosistem	0.155	0.177	0.173	0.167	0.318	0.190	21.56 %		1.Ekosistem	0.190
2.Investasi	0.185	0.175	0.177	0.167	0.111	0.160			2.Investasi	0.160
3.Destinas	0.185	0.175	0.169	0.167	0.183	0.175			3.Destinas	0.175
4.Amenitas	0.157	0.175	0.165	0.167	0.098	0.149			4.Amenitas	0.149
5.Aksesibilitas&Konektifitas	0.155	0.171	0.160	0.167	0.205	0.171			5.Aksesibilitas&Konektifitas	0.171
6.Atraksi	0.164	0.128	0.156	0.167	0.085	0.136			6.Atraksi	0.136

INDEKS

"

"halal", 53

A

Access, f, 58, 121, 152, 182, 204, 205, 206, 207, 209, 223, 224, 225, 241, 242, 243, 263, 264, 265, 267, 268, 274, 296, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 315, 316, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 331, 332

aksesibilitas, 13, 52, 57, 58, 59, 60, 74, 112, 115, 123, 135, 137, 150, 151, 152, 153, 167, 180, 201, 260, 275

Aksesibilitas, f, 8, 52, 58, 61, 62, 114, 137, 180, 261, 262, 266, 269, 314, 316, 317, 319, 328

Aksesibilitas dan Konektifitas, 266, 314, 316, 317, 319

Alquran, a, 27, 36

Amenitas, e, 13, 14, 52, 114, 123, 137, 179, 261, 262, 266, 269, 314, 316, 317, 319, 328, 333

Analisis, 13, 17, 41, 95, 108, 117, 133, 134, 136, 141, 143, 159, 183, 201, 205, 209, 213, 217, 221, 225, 228, 232, 236, 239, 243, 247, 250, 254, 258, 267, 279, 290, 292, 294, 295, 296, 298, 300, 301, 304

aspek, d, e, f, g, 6, 13, 20, 21, 23, 44, 49, 52, 58, 59, 109, 110, 111, 113, 118, 119, 130, 137, 150, 152, 164, 165, 166, 170, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 192, 194, 195, 199, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 263, 264, 265, 266, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 278, 282, 283, 285, 286, 304

Atraksi, 13, 14, 57, 106, 111, 113, 115, 122, 123, 238, 239, 261, 262, 266, 268, 269, 294, 312, 314, 316, 317, 319, 326, 328

B

bandara, 8, 53, 59, 60, 61, 62, 84, 115, 116, 166, 192, 200, 207, 208, 209, 226, 227, 228, 244, 245, 246, 267, 268, 276, 285, 286, 307, 310, 314, 326, 327, 329, 330, 331

C

cluster, c, d, e, f, 162, 163, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 200, 201, 204, 205, 207, 209, 211, 213, 215, 217, 219, 221, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 230, 232, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 241, 242, 243, 245, 247, 249, 250, 252, 254, 256, 258, 260, 262, 263, 264, 265, 266, 271, 273, 275, 276, 278, 280, 282, 285, 286, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325

Committe for Commercial and Economic Corporation, 11

Communication, a, 72, 73, 121, 152, 182, 193, 204, 205, 209, 223, 224, 228, 241, 242, 247, 263, 264, 265, 267, 268, 294, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 315, 316, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 330, 331, 332

D

deskriptif, 131, 133, 136, 142, 143, 145, 148

destinasi, 5, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 40, 44, 47, 52, 53, 55, 58, 59, 61, 73, 74, 75, 76, 113, 114, 115, 116, 122, 123, 134, 135, 136, 144, 151, 152, 153, 156, 165, 167, 170, 179, 188, 192, 193, 194, 195, 196, 199, 201, 203, 205, 207, 209, 211, 213, 215, 217, 219, 221, 223, 225, 226, 228, 230, 232, 234, 236, 237, 239, 241, 243, 244, 247, 248, 250, 252, 254, 256, 258, 260, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 275, 278, 279, 280, 281, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 301, 304, 305, 306

Destinasi, 14, 16, 17, 18, 19, 41, 46, 53, 54, 55, 56, 61, 73, 113, 114, 122, 143, 151, 261, 262, 266, 269, 291, 297, 301, 314, 316, 317, 319, 328

digital, 79, 85, 86, 150, 151, 152, 153, 166, 194, 200, 211, 212, 213, 230, 248, 249, 250, 267, 268, 272, 275, 278, 279, 280, 285, 286, 287, 308, 315, 327, 330

digital marketing, 85, 86, 150, 151, 152, 153, 166, 194, 200, 211, 212, 213, 230, 248, 267, 272, 275, 278, 285, 286, 315, 327

disable, 277
Dokumenter, 158
domestik, 8, 89, 95, 153, 166, 200, 216, 217, 234,
235, 252, 253, 254, 267, 268, 280, 301, 308,
309, 312, 326, 327, 329, 330, 332

E

edukasi, 83, 153, 166, 196, 200, 211, 212, 213,
230, 248, 249, 250, 267, 268, 272, 278, 279,
280, 285, 286, 308, 315, 327, 330, 331
Ekosistem, 96, 102, 261, 262, 266, 269, 283, 314,
316, 317, 319, 328, 332
Ekowisata, 56, 119, 120, 137, 292, 299
eksploitasi, 102
eksploratif, 148, 149
elemen, d, e, f, 24, 49, 115, 160, 161, 162, 163,
164, 166, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175,
176, 177, 178, 179, 180, 181, 200, 201, 202,
205, 209, 211, 213, 215, 217, 219, 221, 225,
227, 228, 230, 232, 234, 236, 237, 239, 243,
245, 247, 248, 250, 252, 254, 256, 258, 262,
263, 264, 265, 266, 273, 275, 276, 278, 280,
281, 282, 283, 285, 286, 306, 307, 308, 309,
310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318,
319, 320, 321, 322, 323, 324, 325
elemen-elemen, 24, 160, 161, 164, 170, 181, 202,
205, 209, 213, 217, 221, 225, 228, 232, 236,
239, 243, 247, 250, 254, 258, 263, 264, 265,
266, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313,
314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322,
323, 324, 325
Environment, a, 86, 121, 152, 182, 194, 204, 205,
213, 223, 224, 232, 241, 242, 250, 263, 264,
265, 267, 268, 274, 305, 306, 307, 308, 309,
310, 311, 312, 313, 315, 316, 318, 319, 320,
321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 330,
331, 332

F

Fundamental, 44

H

halal, c, e, 1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 15, 16,
17, 18, 19, 20, 21, 27, 40, 41, 42, 43, 44, 45,
46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 77,
78, 79, 80, 82, 83, 93, 94, 107, 109, 110, 111,
113, 121, 122, 125, 128, 129, 130, 131, 133,
135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 149, 150,
151, 152, 153, 154, 165, 166, 167, 169, 170,

171, 182, 192, 193, 194, 195, 199, 200, 201,
203, 205, 207, 209, 211, 212, 213, 215, 216,
217, 219, 220, 221, 223, 225, 226, 228, 230,
232, 234, 236, 237, 238, 239, 241, 243, 244,
247, 248, 249, 250, 252, 253, 254, 256, 257,
258, 260, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273,
274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282,
283, 284, 285, 286, 287, 288, 295, 299, 300,
301, 302, 304, 305, 308, 309, 310, 311, 312,
315, 317, 318, 326, 327, 329, 330, 331, 332

holistic, 279

Hotel syariah, 312

I

informasi, 13, 15, 16, 18, 20, 21, 51, 60, 67, 68,
72, 73, 74, 75, 77, 79, 82, 85, 86, 92, 93, 104,
106, 111, 113, 114, 115, 118, 119, 129, 135,
142, 148, 150, 151, 152, 153, 157, 158, 159,
165, 166, 167, 194, 195, 200, 201, 219, 220,
221, 256, 257, 258, 267, 269, 271, 275, 276,
278, 279, 281, 282, 283, 285, 286, 288, 310,
318, 327
Informasi, 92, 112, 113, 278, 279
infrastruktur, 314
inkonsistensi, d, 164, 182, 183, 196, 262, 263,
264, 265, 266
Inkonsistensi, b, 262
Internet, 85, 86, 91, 92, 135, 136, 290, 294, 300,
303
Investasi, e, 14, 123, 178, 261, 262, 266, 269,
297, 314, 316, 317, 319, 328, 333

K

Kelayakan dan kesediaan bandara, 208, 209, 267,
307
Kelayakan dan kesediaan stasiun, 208, 209, 267,
307
Kelayakan dan kesediaan terminal bus, 307
Kelayakan infrastruktur, 307, 310
Kerangka ANP, 150, 274
Ketiadaan wi-fi di stasiun dan terminal, 309
Ketidaknyamanan kedatangan turis asing, 216,
217, 267, 309
Ketidaknyamanan kedatangan turis domestik,
216, 217, 267, 309
Kluster, 150, 151, 152, 153, 274, 275
komunikasi, e, 36, 37, 53, 57, 59, 60, 70, 72, 73,
74, 75, 76, 77, 83, 91, 92, 93, 122, 134, 138,
165, 166, 171, 172, 174, 176, 194, 199, 200,
272, 279, 283, 285, 286, 297

konektifitas, f, 123, 151, 152, 153, 167, 180, 201, 260, 275, 287
 kuesioner, 133, 135, 156, 157, 158, 163, 164, 181, 182, 183, 304
 Kuesioner, f, 157, 158, 181, 182, 183, 304
 Kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim, 220, 221, 267, 310
 Kurangnya edukasi wisata halal u/stakeholder, 308
 Kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah, 220, 221, 267, 310
 Kurangnya informasi resto halal, 310
 Kurangnya kenyamanan dan ketersediaan masjid, 220, 221, 267, 310
 Kurangnya komitmen pariwisata halal, 309
 Kurangnya panduan wisata u/muslim, 308
 Kurangnya pemandu wisata, 308

L

Lemahnya digital marketing, 308

M

manajemen, 13, 74, 86, 103, 104, 115, 116, 130, 133, 278, 283
Manajemen, 70, 71, 72, 73, 74, 103, 104, 105, 108, 111, 115, 117, 118, 278, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 296, 297
 maqashid, 124, 125, 128, 129
Maqashid, 124
 masalah, d, f, 19, 20, 21, 36, 72, 74, 76, 77, 80, 82, 87, 97, 98, 100, 101, 104, 139, 146, 150, 151, 152, 157, 159, 161, 165, 166, 169, 170, 171, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 195, 196, 199, 202, 203, 205, 206, 207, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 217, 218, 219, 221, 263, 265, 266, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 278, 280, 281, 282, 285
MASALAH, 170, 171, 172, 173, 182, 201, 204, 205, 208, 209, 212, 213, 216, 217, 220, 221, 267, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 313, 315, 316, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324
masjid, 27, 33, 35, 38, 41, 45, 107, 111, 133, 166, 167, 200, 201, 219, 220, 221, 237, 256, 257, 258, 267, 269, 271, 281, 285, 286, 310, 318, 327, 331, 332
 MICE, 76, 134

O

Obsevasi, 157

P

panduan wisata, 150, 152, 153, 166, 193, 200, 211, 212, 213, 230, 248, 249, 250, 267, 268, 275, 278, 285, 286, 308, 315, 327, 330, 331
 pariwisata, c, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 28, 36, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 81, 82, 83, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 106, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 129, 130, 131, 132, 133, 136, 137, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 157, 165, 166, 167, 169, 188, 191, 192, 195, 196, 199, 200, 201, 203, 205, 207, 209, 211, 213, 215, 216, 217, 219, 221, 223, 225, 226, 228, 230, 232, 234, 236, 237, 239, 241, 243, 244, 247, 248, 250, 252, 253, 254, 256, 258, 260, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 295, 299, 301, 302, 304, 305, 306, 309, 312, 317, 330, 332
 pemandu wisata, 84, 153, 166, 194, 200, 211, 212, 213, 230, 248, 249, 250, 267, 268, 272, 276, 278, 280, 285, 286, 308, 315, 330, 331
 Pematangsiantar, b, c, e, f, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 149, 151, 152, 153, 156, 165, 167, 170, 171, 181, 182, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 199, 201, 203, 205, 207, 209, 211, 213, 215, 217, 219, 221, 223, 225, 226, 228, 230, 232, 234, 236, 237, 239, 241, 243, 244, 247, 248, 250, 252, 254, 256, 258, 260, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 275, 276, 277, 278, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 300, 304, 305, 306
 penyangga, 16, 17, 19, 20, 165, 167, 170, 188, 192, 193, 194, 195, 196, 199, 201, 203, 205, 207, 209, 211, 213, 215, 217, 219, 221, 223, 225, 226, 228, 230, 232, 234, 236, 237, 239, 241, 243, 244, 247, 248, 250, 252, 254, 256, 258, 260, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 275, 280, 283, 284, 285, 286, 288, 304, 305
 penyokong, 16, 17, 20, 165, 167, 170, 199, 201, 203, 205, 207, 209, 211, 213, 215, 217, 219, 221, 223, 225, 226, 228, 230, 232, 234, 236, 237, 239, 241, 243, 244, 247, 248, 250, 252, 254, 256, 258, 260, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 275, 280, 283, 284, 285, 286, 288, 304, 305, 306

Perhitungan W, 204, 207, 211, 215, 219, 223,
227, 230, 234, 238, 241, 245, 249, 252, 256,
260

prioritas, c, d, f, g, 14, 17, 113, 114, 116, 125,
149, 150, 161, 162, 163, 165, 167, 170, 182,
192, 193, 194, 195, 196, 197, 199, 201, 202,
203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211,
212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220,
221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229,
230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238,
239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247,
248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256,
257, 258, 259, 260, 261, 262, 267, 269, 270,
271, 272, 273, 274, 275, 276, 278, 280, 281,
283, 284, 285, 286, 288, 304, 305, 306

Public Relation, 76

R

ranking, c, d, 204, 205, 207, 209, 211, 213, 215,
217, 219, 221, 223, 224, 227, 228, 230, 232,
234, 235, 238, 239, 241, 242, 245, 246, 249,
250, 252, 254, 256, 258, 260, 262

rater agreement, 203, 205, 207, 209, 211, 213,
215, 217, 219, 221, 223, 224, 227, 228, 230,
232, 234, 235, 238, 239, 241, 242, 245, 247,
249, 250, 252, 254, 256, 258, 260, 262, 267

responden, c, f, g, 147, 156, 157, 158, 159, 164,
181, 182, 183, 196, 201, 202, 203, 205, 206,
207, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 217, 218,
219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 228, 229,
230, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 239, 240,
241, 242, 243, 244, 247, 248, 250, 251, 252,
254, 255, 256, 258, 259, 260, 262, 263, 264,
265, 266, 288, 305

S

service, f, g, 15, 104, 218, 236, 237, 255, 302
Services, a, 86, 103, 121, 182, 204, 205, 217,
223, 224, 236, 241, 242, 254, 263, 264, 265,
267, 268, 292, 305, 306, 307, 308, 309, 310,
311, 312, 313, 315, 316, 318, 319, 320, 321,
322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 330, 331,
332

sholat, 32, 34, 35, 44, 54, 107, 138, 271

stakeholder, 17, 57, 75, 80, 82, 143, 145, 150,
151, 152, 153, 156, 166, 191, 194, 200, 211,
212, 213, 248, 249, 250, 267, 268, 269, 270,
271, 272, 273, 275, 276, 277, 278, 280, 281,
282, 285, 286, 287, 308, 311, 315, 330, 331
stasiun, 59, 61, 64, 65, 66, 67, 68, 84, 115, 153,
166, 193, 195, 200, 207, 208, 209, 226, 227,
228, 244, 245, 246, 267, 268, 276, 285, 286,
307, 309, 310, 312, 314, 317, 326, 327, 329,
330, 331

Sunnah, a, 27, 28, 35, 36

syariah, 8, 13, 17, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 50,
51, 52, 55, 56, 69, 83, 94, 95, 108, 109, 124,
125, 128, 129, 135, 137, 144, 150, 151, 152,
166, 167, 200, 201, 219, 220, 221, 256, 267,
271, 272, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281,
282, 283, 285, 286, 302, 303, 310, 312, 318,
327, 331

T

terminal, 12, 16, 18, 59, 61, 62, 63, 64, 84, 91,
153, 166, 192, 195, 200, 207, 208, 209, 226,
244, 245, 246, 267, 268, 269, 270, 276, 278,
285, 286, 307, 309, 310, 312, 314, 317, 326,
327, 330, 331

terminal bus, 166, 200, 310, 314

turis domestic, 89, 166, 194, 200, 215, 280, 285,
286, 317

U

Undang-Undang, 22, 45, 46, 87, 88, 117, 126,
298

W

Wawancara, 156, 157

Wisata Syariah, 13, 41, 43, 44, 47, 50, 83, 94, 95,
135, 144, 292, 293, 295, 298, 301

World Halal Tourism Awards, 7

World Tourism Organization, 45, 89, 90, 298

